



Universidad
Tecnológica
del Perú

Facultad de Administración y Negocios

Administración de Negocios Internacionales

Programa Especial de Titulación:

“Exportación de infusión de orégano y jengibre con destino
a Los Ángeles – Estado de California, Estados Unidos de
América”

para optar el Título Profesional de Licenciado en
Administración de Negocios Internacionales

Bendezú Mamani, Kayla Carol

Falcón Flores, Cesar Roberto Aurelio

Melgarejo Julca, Eva Noemí

Lima – Perú
2019

INDICE

RESUMEN EJECUTIVO	10
INTRODUCCION	13
DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA Y DEL PRODUCTO	14
DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA	14
DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	16
CAPITULO I	30
ESTUDIO DEL MERCADO	30
1.1. DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO	30
1.1.1. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	30
1.1.2. FICHA TÉCNICA DE FEMS	32
1.1.3. FICHA TÉCNICA DEL ORÉGANO	37
1.1.4. FICHA TÉCNICA DEL JENGIBRE	44
1.1.5. EQUIPO DE TRABAJO	49
1.2. OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO	50
1.2.1. OBJETIVO GENERAL	50
1.2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	50
1.3. IDENTIFICACIÓN DEL MERCADO OBJETIVO	51
1.3.1. PERFIL DEL CONSUMIDOR	55
1.3.2. METODOLOGÍA PARA LA SEGMENTACIÓN DE MERCADO	59
1.3.3. TAMAÑO DE LA MUESTRA, ENCUESTA PILOTO Y GENERAL	60
1.3.4. PROCESO ESTADÍSTICO DE LOS RESULTADOS E INTERPRETACIÓN	61
1.4. ESTUDIO DE LA DEMANDA, ANÁLISIS CUANTITATIVO Y CUALITATIVO	74
1.4.1. INFORMACIÓN HISTÓRICA	74
1.4.2. PROYECCIÓN DE LA DEMANDA CON INFORMACIÓN PRIMARIA	85
1.4.3. FACTORES ESTACIONALES COSECHA DEL ORÉGANO	87
1.5. ESTUDIO DE LA OFERTA, ANÁLISIS CUANTITATIVO Y CUALITATIVO	88
1.5.1. IDENTIFICACIÓN Y ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA	88
1.5.2. PRODUCTOS SUSTITUTOS Y COMPLEMENTARIOS	89
1.5.3. ANÁLISIS DE PRECIO	92
1.6. BALANCE DEMANDA – OFERTA	94
1.6.1. CÁLCULO DE LA DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA	94
1.6.2. PROYECCIÓN DE LAS VENTAS Y PARTICIPACIÓN DE MERCADO	94
CAPITULO 2	96
PLAN DE MARKETING	96
2.1. ESTRATEGIA GENERAL DE MARKETING	96
2.1.1. ANÁLISIS FODA	96
2.1.2. MATRIZ DAFO	98
2.1.3. MATRIZ EFE	100
2.1.4. MATRIZ EFI	101
2.2. MARKETING MIX	102
2.2.1. PRODUCTO	102
2.2.2. PRECIO	103
2.2.3. PLAZA	103
2.2.4. PROMOCIÓN	104
2.3. ANÁLISIS PEST	105
CAPITULO 3	133
GERENCIA & ORGANIZACIÓN	133
3.1. ORGANIZACIÓN	133
3.2. PERSONERÍA JURÍDICA DE LA SOCIEDAD RÉGIMENES TRIBUTARIOS:	143
3.3. DISEÑO DE LA ORGANIZACIÓN	145
CAPITULO 4	150
PLAN DE EXPORTACION	150

4.1.	PLAN EXPORTADOR	150
4.1.1.	MARCA, ENVASE Y ETIQUETA DEL PRODUCTO.....	150
4.1.2.	DISTRIBUIDOR	153
4.1.3.	MEDIO Y FORMA DE PAGO	154
4.1.4.	POSICIÓN ARANCELARIA	156
4.1.5.	RÉGIMEN ADUANERO DE EXPORTACIÓN	157
4.1.6.	TERMINO DE TRANSACCIÓN	158
4.1.7.	VÍA DE EXPORTACIÓN	159
4.1.8.	AGENCIA DE ADUANAS	162
4.1.9.	TRANSPORTE INTERNO	163
4.1.10.	FLUJOS RESUMEN DEL DFI (DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL).....	172
4.1.11.	PROCESO LOGÍSTICO	173
4.1.12.	PROCESO ADUANERO	174
4.1.13.	FLUJO DE DISTRIBUCIÓN	175
4.1.14.	FLUJO COMERCIA	176
4.1.15.	COSTOS DE EXPORTACIÓN.....	177
	CAPITULO 5.....	178
	PRESUPUESTO, INVERSION Y FINANCIAMIENTO	178
5.1.	PRESUPUESTOS – INVERSIÓN – FINANCIAMIENTO	178
5.1.1.	PRESUPUESTO OPERATIVO	178
5.1.2.	PRESUPUESTO FINANCIERO	179
5.2.	ESTRUCTURA DE LA INVERSIÓN	183
5.2.1.	INVERSIÓN TANGIBLE	183
5.2.2.	INVERSIÓN INTANGIBLE	184
5.3.	FINANCIAMIENTO DE LA INVERSIÓN.....	187
5.3.1.	EVALUACIÓN DE LAS FUENTES DE FINANCIAMIENTO	187
5.3.2.	ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO	189
5.3.3.	CUADRO DE SERVICIO DE LA DEUDA	193
5.4.	PROYECCIÓN DE VENTAS.....	194
	CAPITULO 6.....	205
	EVALUACION FINANCIERA Y SENSIBILIZACION	205
6.1.	HERRAMIENTAS DE EVALUACIÓN	205
6.1.1.	VALOR ACTUAL NETO Y TASA DE RETORNO	205
6.1.2.	RATIOS BENEFICIOS	206
6.2.	IDENTIFICACIÓN DE LA VARIABLES PARA SENSIBILIZAR.....	207
6.2.1.	DEFINICIÓN DE LOS ESCENARIOS	207
6.2.2.	ANÁLISIS CUALITATIVOS DE LOS RESULTADOS	210
6.2.3.	PUNTO DE EQUILIBRIO	211
6.2.4.	CÁLCULO DEL COSTO DE CAPITAL COK.....	212
6.2.5.	CÁLCULO DEL WACC/ COSTO PROMEDIO PONDERADO DE CAPITAL CPPC.....	213
	CONCLUSIONES	214
	RECOMENDACIONES.....	215
	BIBLIOGRAFÍA	216
	ANEXOS.....	217

INDICE DE TABLAS	PAGINA
Tabla N°001: Ingredientes del producto.	16
Tabla N°002: Mercados donde se exporta la partida.	31
Tabla N°003: Ficha técnica de la infusión.	32
Tabla N°004: Valor nutricional y rotulado.	34
Tabla N°005: Información adicional.	35
Tabla N°006: Ficha técnica del orégano.	37
Tabla N°007: Producción del orégano Tacna – Perú.	40
Tabla N°008: Estadística Nacional de Orégano Según Región.	41
Tabla N°009: Ficha Técnica del Jengibre.	44
Tabla N°010: Mercado Objetivo – Indicadores.	52
Tabla N°011: Estados Unidos – Población.	53
Tabla N°012: Índice Doing Business.	54
Tabla N°013: Índice Doing Business – Comparativo.	54
Tabla N°014: Intercambio Comercial Estados Unidos – Mundo.	56
Tabla N°015: Detalle productos importados.	57
Tabla N°016: Intercambio Comercial Estados Unidos – Perú.	58
Tabla N°017: Detalle de Importaciones Estados Unidos – Perú.	58
Tabla N°018: Metodología de segmentación.	59
Tabla N°019: Exportación de Perú para el Mundo – Orégano.	79
Tabla N°020: Exportación de Perú para el Mundo – Jengibre.	84
Tabla N°021: Calculo de la demanda.	85
Tabla N°022: Calculo de la demanda referente.	86
Tabla N°023: Identificación de la competencia de empresas exportadoras peruanas.	88
Tabla N°024: Identificación de la competencia de empresas posicionadas en el mercado de destino.	88
Tabla N°025: Fijación del precio de mercado acorde a la variedad.	93
Tabla N°026: Proyección de las ventas y participación de Mercado (unidad).	94
Tabla N°027: Detalle de la Proyección de las ventas y participación de Mercado (unidad).	95
Tabla N°028: Análisis FODA.	97
Tabla N°029: Matriz DAFO.	99

Tabla N°030: Matriz EFE.	100
Tabla N°031: Matriz EFI.	101
Tabla N°032: Ferias en Los Ángeles, California USA.	104
Tabla N°033: Ponderación de proveedores de orégano.	111
Tabla N°034: Ponderación de proveedores de jengibre.	116
Tabla N°035: Ponderación del importador.	120
Tabla N°036: Ponderación de la agencia de aduana.	123
Tabla N°037: Ponderación del transporte interno.	126
Tabla N°038: Ponderación del proveedor de maquila.	129
Tabla N°039: Ponderación del proveedor de pallets.	132
Tabla N°040: Costo – Constitución de Empresa.	138
Tabla N°041: Trabajadores en Planilla.	139
Tabla N°042: Beneficios Sociales.	140
Tabla N°043: Beneficios de Micro y Pequeña Empresa.	142
Tabla N°044: Regímenes Tributarios.	143
Tabla N°045: Regímenes Tributarios – Acogimiento.	144
Tabla N°046: Posición arancelara.	156
Tabla N°047: Documentos de exportación.	164
Tabla N°048: Ficha técnica de los pallets.	165
Tabla N°049: Unitarización.	170
Tabla N°050: Gastos de exportación para un embarque.	177
Tabla N°051: Estado de resultados proyectado.	178
Tabla N°052: Costos de exportación por 1 embarque.	179
Tabla N°053: Costo variable.	180
Tabla N°054: Costos fijos.	181
Tabla N°055: Gastos de ventas.	182
Tabla N°056: Inversión en activos tangibles.	183
Tabla N°057: Inversión en activos intangibles.	184
Tabla N°058: Capital de trabajo.	185
Tabla N°059: Cuadro resumen.	186
Tabla N°060: Estructura de financiamiento.	189
Tabla N°061: Financiamiento.	192
Tabla N°062: Depreciación.	193

Tabla N°063: Proyección de ventas.	194
Tabla N°064: Presupuesto de ventas - Presupuesto de Producción.	195
Tabla N°065: Presupuesto de materia prima – (CIF - Servicio de maquila).	196
Tabla N°066: (CIF-Otros) – Presupuesto de gastos administrativo.	197
Tabla N°067: Presupuesto de gastos de ventas - Costo de producción unitario.	198
Tabla N°068: Costo de producción total - Costo de ventas.	199
Tabla N°069: Resumen de presupuesto maestro - Modulo del IGV.	200
Tabla N°070: Estado de resultados proyectado.	201
Tabla N°071: Flujo efectivo.	202
Tabla N°072: Estado de situación financiera.	203
Tabla N°073: Flujo de caja económico financiero.	204
Tabla N°074: Evaluación financiera del negocio.	205
Tabla N°075: Ratio Beneficio – Costo.	206
Tabla N°076: Definición de escenarios.	208
Tabla N°077: Indicadores Económicos – Financieros.	209
Tabla N°078: Análisis cualitativos de los resultados.	210
Tabla N°079: Punto de equilibrio.	211
Tabla N°080: Calculo del COK.	212
Tabla N°081: Calculo del WACC.	213

INDICE DE FIGURAS	PAGINA
Figura N°001: Orégano.	16
Figura N°002: Jengibre.	16
Figura N°003: Recolección y selección.	17
Figura N°004: Lavado y oreo.	18
Figura N°005: Secado.	18
Figura N°006: Molido y tamizado.	19
Figura N°007: Pre-ensvasado.	19
Figura N°008: Recolección y selección.	21
Figura N°009: Lavado.	22
Figura N°010: Cortado.	22
Figura N°011: Secado.	23
Figura N°012: Deshidratado.	23
Figura N°013: Pre- envasado.	24
Figura N°014: Envase primario.	27
Figura N°015: Envase secundario.	28
Figura N°016: Etiqueta colgante.	29
Figura N°017: Accesorio en la Taza.	29
Figura N°018: Empaque y presentación.	33
Figura N°019: Producción del orégano.	39
Figura N°020: Producción del jengibre.	46
Figura N°021: Mapas del País Origen – Destino y País Saturado.	77
Figura N°022: Exportación de jengibre.	83
Figura N°023: Meses de Cosecha – Orégano.	87
Figura N°024: Meses de Cosecha – Jengibre.	87
Figura N°025: Infusiones Teavana.	89
Figura N°026: Infusiones English tea shop.	90
Figura N°027: Infusiones Harney y sons.	90
Figura N°028: Infusiones Green Tea.	91
Figura N°029: Pastilla Menstrual complete.	91
Figura N°030: Ubicación del local.	134
Figura N°031: Elaboración de la minuta.	135
Figura N°032: Escritura pública.	135

Figura N°033: SUNARP.	136
Figura N°034: Inscripción del RUC.	136
Figura N°035: Solicitar autorización.	136
Figura N°036: Licencia Municipal.	137
Figura N°037: Registrar a los trabajadores.	137
Figura N°038: Libros contables.	138
Figura N°039: Organigrama	145
Figura N°040: Envase primario.	150
Figura N°041: Envase secundario.	151
Figura N°042: Etiqueta colgante.	152
Figura N°043: Accesorio en la Taza.	152
Figura N°044: Distribuidor QTRADE TEAS Y HERBS.	153
Figura N°045: Cobranza documentaria.	154
Figura N°046: Solicitud de cobranza documentaria.	155
Figura N°047: Incoterms FCA.	158
Figura N°048: Vía Marítima.	160
Figura N°049: Vía Aérea.	161
Figura N°050: Agente de aduanas.	162
Figura N°051: Transporte Interno.	163
Figura N°052: Pallets.	166
Figura N°053: Envase.	167
Figura N°054: Caja master.	167
Figura N°055: Pictogramas.	168
Figura N°056: Caja master de exportación.	168
Figura N°057: Paletizado.	169

INDICE DE GRAFICOS	PAGINA
Gráfico N°001: Diagrama de flujo orégano.	20
Gráfico N°002: Diagrama flujo jengibre.	25
Gráfico N°003: Producción de orégano según la región de procedencia.	41
Gráfico N°004: Encuesta pregunta 1.	61
Gráfico N°005: Encuesta pregunta 2.	62
Gráfico N°006: Encuesta pregunta 3.	63
Gráfico N°007: Encuesta pregunta 4.	64
Gráfico N°008: Encuesta pregunta 5.	65
Gráfico N°009: Encuesta pregunta 6.	66
Gráfico N°010: Encuesta pregunta 7.	67
Gráfico N°011: Encuesta pregunta 8.	68
Gráfico N°012: Encuesta pregunta 9.	69
Gráfico N°013: Encuesta pregunta 10.	70
Gráfico N°014: Encuesta pregunta 11.	71
Gráfico N°015: Encuesta pregunta 12.	72
Gráfico N°016: Encuesta pregunta 13.	73
Gráfico N°017: Información Histórica de la exportación de Orégano.	75
Gráfico N°018: Precio Promedio de la exportación de Orégano.	76
Gráfico N°019: Empresas Exportadoras de Orégano.	78
Gráfico N°020: Información Histórica de la exportación del Jengibre.	81
Gráfico N°021: Precio Promedio de la Exportación del jengibre.	82
Gráfico N°022: Empresas Exportadoras del jengibre.	83
Gráfico N°023: Flujo de exportación.	157
Gráfico N°024: Diagrama de Proceso de elaboración de la infusión.	172
Gráfico N°025: Proceso Logístico.	173
Gráfico N°026 Proceso aduanero.	174
Gráfico N°027: Flujo de distribución.	175
Gráfico N°028: Flujo de comercial.	176
Gráfico N°029: Inversión inicial.	187
Gráfico N°030: Participación inversión total.	188
Gráfico N°031: Aporte de socios.	190

RESUMEN EJECUTIVO

El presente plan de negocios tiene como finalidad de demostrar la viabilidad de una empresa bajo el nombre de ECK PERUVIAN S.A.C.

ECK PERUVIAN S.A.C, es una empresa peruana que realiza al acopio y exportación de infusión filtrante de orégano y jengibre con destino Los Ángeles - Estado de California, Estados Unidos de América, ofreciendo un producto natural y beneficioso para la salud. ECK PERUVIAN S.A.C, está comprometida a brindar un producto de calidad, cumpliendo los estándares de sanidad requeridos por nuestros consumidores y el mercado destino.

Nuestro producto se distribuirá bajo la marca FEMS, un digestivo femenino en presentación de sobres de 2 gramos; el cual contiene 1 gramo de orégano seco molido y 1 gramo de jengibre deshidratado, ambas plantas que crecen en nuestro territorio cuentan con variadas propiedades, entre las cuales podemos destacar: anti-espasmódicas, anti-vomitivas, calmantes y anti-oxidantes; así, esta poderosa combinación ayuda a aliviar los cólicos y malestares generados por el periodo menstrual así como a cualquier otro problemas digestivo que se pueda presentar en el día a día.

Nuestro público objetivo serán mujeres que se encuentren entre los 15 y 34 años de edad.

Nos enfocaremos en resaltar los beneficios del consumo de nuestro filtrante, tanto para el periodo menstrual como en el consumo diario.

El consumo estimado para el primer año será **de 71,712 cajas de 40 gramos cada una. Realizados en el primer embarque mensual.**

ECK PERUVIAN S.A.C. requiere una inversión inicial **de S/. 36,767.46 de los cuáles el 70% serán aportados por los accionistas de la empresa y el 30% se realizarán mediante un crédito bancario.**

De acuerdo a las proyecciones financieras, se espera que, al culminar el quinto año de operaciones, las utilidades después de impuestos asciendan a S/. 203,860.00

Debido a los trámites que se deben realizar previos al inicio de la empresa, se tiene planificado que las operaciones se inicien el 1 de enero de 2019.

El presente plan de negocios confirma que es factible aprovechar los beneficios del jengibre y el orégano y con ellas generar una ventaja competitiva que haga sostenible un modelo de negocio dirigido a satisfacer las necesidades de nuestro consumidor final.

DEDICATORIA

El presente trabajo se encuentra dedicado a todas las personas que nos apoyaron de alguna u otra manera en nuestra carrera universitaria.

INTRODUCCION

El presente plan de negocio anhela dar a conocer nuestra idea de exportar una infusión de orégano y jengibre con destino Los Ángeles - Estado de California, Estados Unidos de América. Cuyo mercado presenta un aumento en la demanda del consumo de infusiones.

Dicho plan está basado en la recopilación e investigación obtenida en base a los antecedentes y estudios ya realizados en cuanto a los beneficios medicinales y curativos del orégano y jengibre.

La venta se realizará al importador Qtrade Teas & Herbs quien es el mayor distribuidor de té Orgánicos y de especialidad en Norteamérica. Cuenta con un profundo conocimiento adquirido en la plantación y una red internacional de suministro construida durante varias décadas.

Por otro lado, la investigación de mercado revela que existe un potencial muy atractivo para la exportación de infusión de orégano y jengibre, debido a que hoy en día se comercializa infusiones, ninguna de esta ayuda a combatir y aliviar los cólicos menstruales.

Finalmente se puede concluir que nuestro proyecto de exportación es viable.

DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA Y DEL PRODUCTO

DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

La empresa tiene por nombre ECK PERUVIAN S.A.C, nuestra actividad estará centrada en el acopio de jengibre y las hojas de orégano, elaboración de la infusión y exportación del producto final hacia el destino Los Ángeles - Estado de California, Estados Unidos de América.

Datos de ECK PERUVIAN S.A.C.

- ✓ **Ruc:** 20459278816
- ✓ **Razón Social:** ECK PERUVIAN S.A.C
- ✓ **Gerente General:** BENDEZU MAMANI, Kayla Carol
- ✓ **Condición:** Activo
- ✓ **Fecha Inicio Actividades:** 01/01/2000
- ✓ **Actividad Comercial Exterior:** Exportador
- ✓ **Principales Actividades:** Agricultura; Industria; Alimenticia
- ✓ **Dirección Legal:** Calle Mama Runter Nro. 273 -LIMA-LIMA-SAN MIGUEL
- ✓ **Provincia:** Lima
- ✓ **Departamento:** Lima
- ✓ **Teléfonos:** 01-6100000 / 01-926854845
- ✓ **E-mail:** ECK_ PERUVIAN@GMAIL.COM

Visión de la empresa

Ser una empresa líder a nivel nacional e internacional en la exportación de infusiones de plantas medicinales, iniciando con orégano y jengibre, asegurando un producto de calidad, empleando innovación y tecnología para satisfacer las necesidades de los mercados internacionales.

Misión de la empresa

Somos una empresa peruana dedicada a la exportación de infusiones naturales de plantas medicinales que ofrece productos de alta calidad, orientados en satisfacer a nuestros consumidores.

Valores

- **Transparencia**

Brindamos siempre la información precisa y real a nuestros socios, clientes y colaboradores, asegurando un trabajo honesto y dedicado.

- **Compromiso**

Estamos enfocados en cumplir nuestra labor, poniendo nuestro máximo esfuerzo y utilizando todas las herramientas disponibles para satisfacer a nuestros clientes.

- **Responsabilidad social**

Nuestras decisiones serán pensadas de forma que no dañen ni maltraten nuestro ecosistema. Resaltaremos las bondades de los productos naturales que nos brinda nuestra tierra.

- **Empatía**

Desarrollaremos una cultura que permite entendernos de manera interna y externa, tanto colaboradores como clientes, de esta manera podemos entender la situación de cada uno de nuestros consumidores.

DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

INFUSIÓN DE ORÉGANO Y JENGIBRE

Nuestro producto contiene hojas secas de orégano y jengibre deshidratado, esta combinación ayuda a disminuir los malestares generados por el periodo menstrual. Cada sobre filtrante contiene 1 gramo de orégano y 1 gramo de jengibre deshidratado.

Materia Prima a Utilizar

Nº	PRODUCTOS
1	Hojas secas de orégano
2	Jengibre deshidratado

Elaborado por: Equipo de trabajo

Tabla N°001: Ingredientes del producto.

Los 2 nombres de los productos deberán estar indicado en el idioma inglés, ya que exportaremos a EE.UU.

Esto es según las Normas del Food and Drug Administration (Administración de Alimentos y Medicamentos):



Fuente: MINAGRI

Figura N°001: Orégano.



Fuente: MINAGRI

Figura N°002: Jengibre.

- **Proceso de Producción**

Actividades de la adquisición de la materia prima hojas de orégano:

HOJAS DE OREGANO

Las hojas de orégano fueron recolectadas de la localidad de Candarave, departamento Tacna situada al Sur del país.

a) Recolección y Selección

Las hojas de orégano fueron recolectadas en horas de la mañana.



Fuente: MINAGRI

Figura N°003: Recolección y selección.

b) Lavado y oreó

Se procedió a lavar las hojas de orégano con agua y se oreó a medio ambiente para eliminar el agua del lavado.



Fuente: MINAGRI

Figura N°004: Lavado y oreo.

c) Secado

El secado se realizará de forma natural y tendrá una duración de 01 día.



Fuente: MINAGRI

Figura N°005: Secado.

d) Molido y Tamizado

El molido se realizará en un molino de cuchillas tipo 335-1310, y se uniformizará el tamaño de las partículas utilizando un tamiz N° 40.



Fuente: MINAGRI

Figura N°006: Molido y tamizado.

e) Pre-Envasado

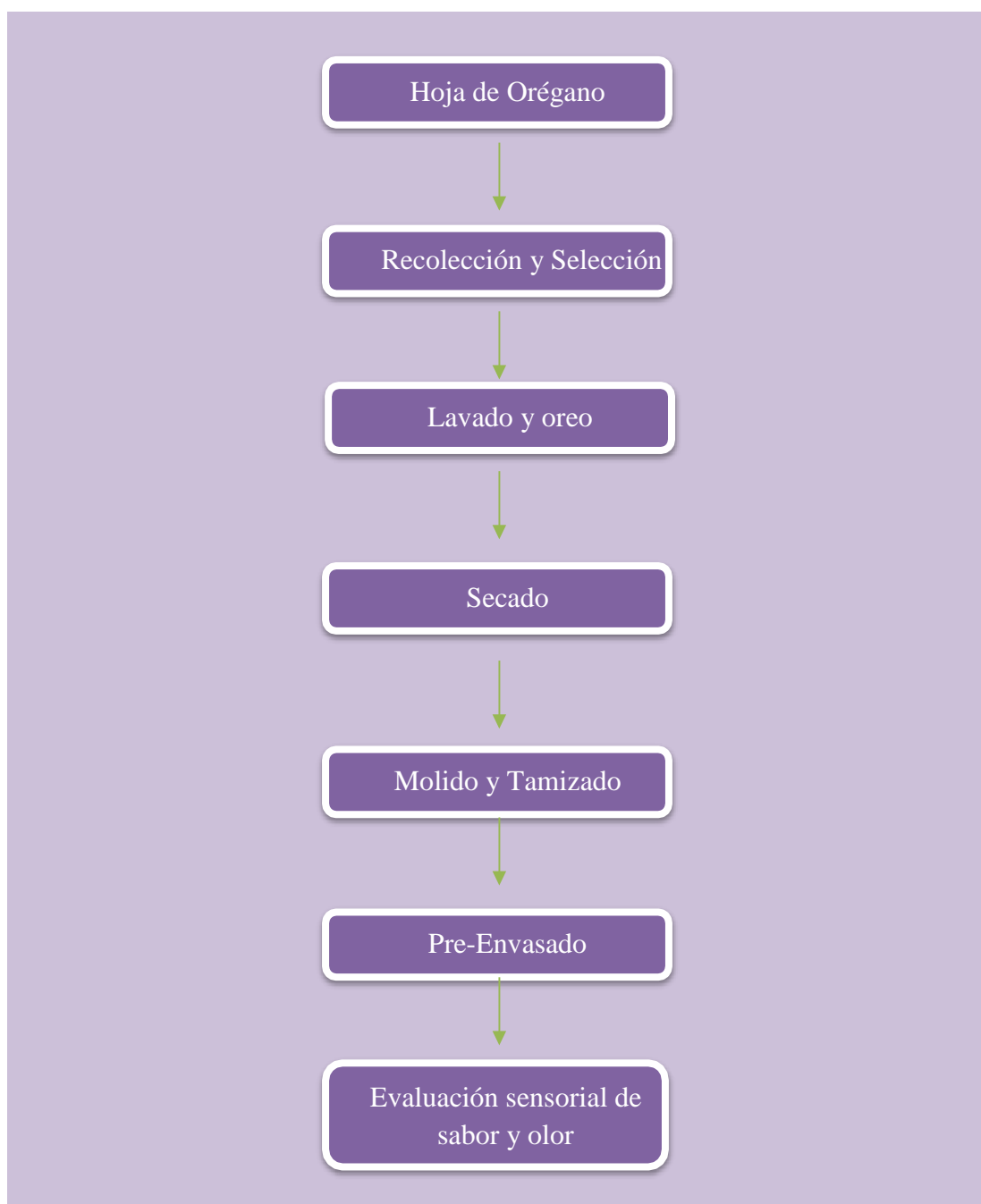
Se pre-ensava en bolsas de polipropileno.



Fuente: MINAGRI

Figura N°007: Pre-ensado.

DIAGRAMA DE FLUJO OREGANO



Elaborado por: Equipo de trabajo

Gráfico N°001: Flujo del orégano.

Actividades de la adquisición de la materia prima de jengibre

JENGIBRE

El jengibre fue recolectado de la localidad de Pichanaki, departamento Junín situada en la selva central del país.

a) Recolección y Selección

El jengibre fue recolectado en horas de la mañana y la selección se escoge aquellas que posee mejores características, el lavado se realiza con agua fría.



Fuente: MINAGRI

Figura N°008: Recolección y selección.

b) Lavado

Se procedió a lavar el jengibre con agua y luego para proceder con la desinfección se realiza con cloro.



Fuente: MINAGRI

Figura N°009: Lavado.

c) Cortado

El jengibre será cortado en rodajas de 0.5 cm de espesor, esto facilitará menor tiempo del proceso para el secado.



Fuente: MINAGRI

Figura N°010: Cortado.

d) Secado

El secado se realizará de forma natural y tendrá una duración de 02 días.



Fuente: MINAGRI

Figura N°011: Secado.

e) Deshidratado

Se realiza en un horno especializado a una temperatura de 55 C, 65°C y 75°C, con aire húmedo.



Fuente: MINAGRI

Figura N°012: Deshidratado.

f) Pre-Envasado

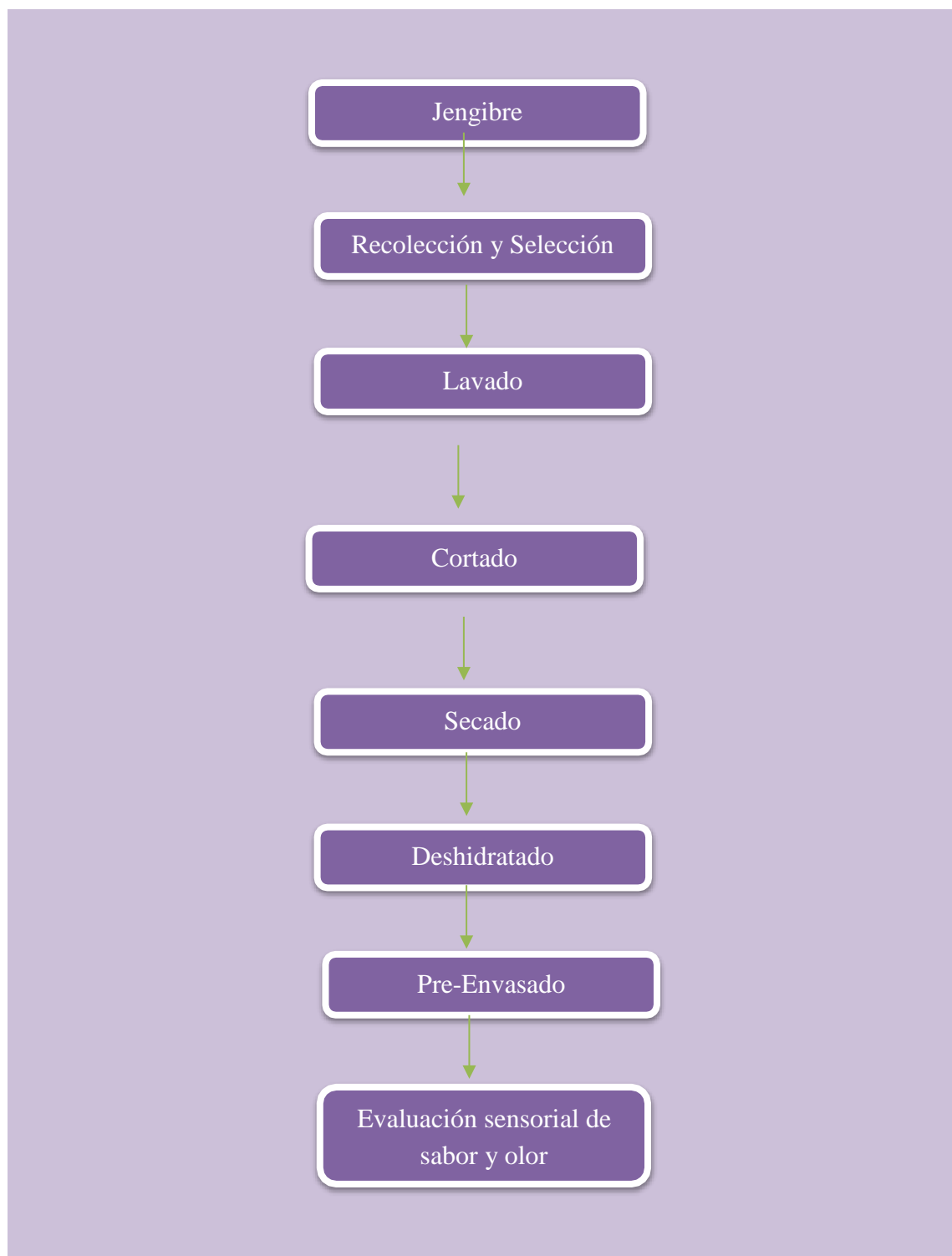
Se pre-envasa en bolsas de polipropileno.



Fuente: MINAGRI

Figura N°013: Pre- envasado.

DIAGRAMA DE FLUJO JENGIBRE



Elaborado por: Equipo de trabajo

Gráfico N°002: Flujo del jengibre.

- **Etiquetado:** Se realiza el etiquetado respectivo.

✓ **Marca**

La marca con la cual será comercializado el producto será FEMS.

Elegimos este nombre ya que engloba la finalidad de nuestro producto, la cual es la salud femenina y se identifica con nuestro público objetivo que son mujeres.

✓ **Envase del producto**

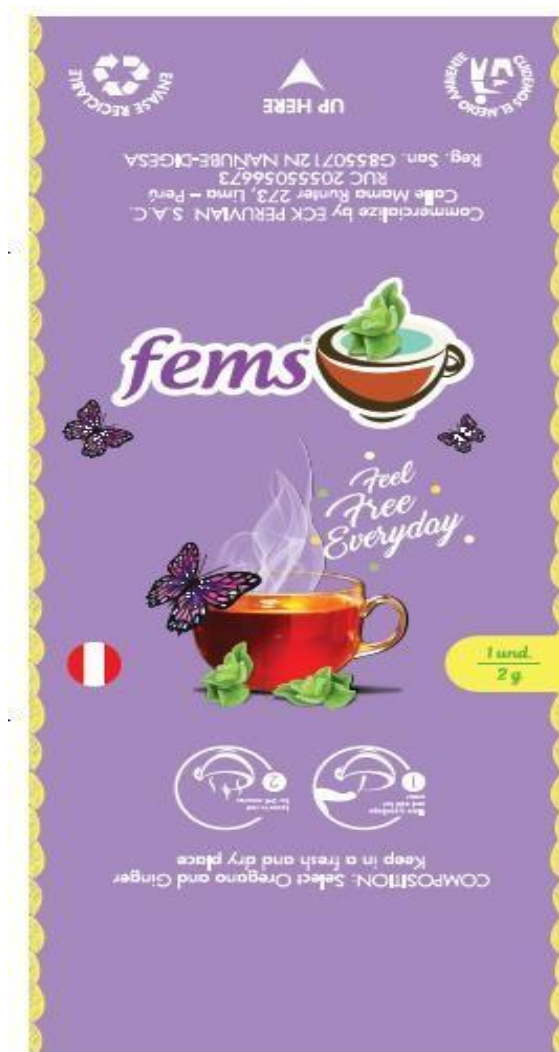
❖ **Envase primario**

Nuestro envase primario será de color lavanda, según la psicología, los colores lavanda y sus derivados transmiten sensación de nostalgia, aroma, espiritualidad y nobleza.

Adicionalmente en la parte superior tendrá el nombre de nuestro producto FEMS, en tonos morados, acompañado del dibujo de una taza.

En el centro del envase se aprecia el dibujo de una taza con una mariposa posada y la bandera peruana.

Utilizaremos la frase: “FEEL FREE EVERYDAY”, ya que engloba la finalidad por lo cual fue creada esta infusión digestiva femenina.



Elaborado por: Equipo de trabajo

Figura N°014: Envase primario.

El envase secundario será la cara de nuestro producto, para lo cual también elegimos los tonos violetas, ya que transmiten seguridad, realza lo que consideramos que debemos resaltar. En este envase utilizamos una taza con la infusión y la mariposa que viene con el producto como posavasos.

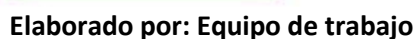


Figura N°015: Envase secundario.

✓ **Etiqueta del producto**

En la siguiente imagen se muestra la etiqueta colgante.



Elaborado por: Equipo de trabajo

Figura N°016: Etiqueta colgante.

Nuestra infusión contará con un pequeño accesorio en forma de mariposa color lila, escogimos la mariposa ya que representan en muchas culturas transformación, metamorfosis y delicadeza. Este detalle nos diferenciará de nuestros competidores.



Elaborado por: Equipo de trabajo

Figura N°017: Accesorio en la Taza.

CAPITULO I

ESTUDIO DEL MERCADO

1.1. Descripción de la Idea de Negocio

El presente plan de negocio consiste en “Exportación de infusión de orégano y jengibre con destino a Los Ángeles – Estado de California, Estados Unidos de América”, para tal finalidad constituiremos la empresa “ECK PERUVIAN S.A.C”, la cual tendrá como marca comercial a FEMS.

1.1.1. Descripción del Producto

Nuestra propuesta consiste en lanzar al mercado estadounidense un producto saludable y versátil, de fácil acceso y consumo para el público. Nuestro producto consiste en la infusión de orégano y jengibre seleccionada y 100% natural, mismos que serán posteriormente procesados con maquinarias altamente tecnificadas en cumplimiento de los estándares internacionales de producción y manufactura, lo que nos permite garantizar a nuestros clientes una calidad incomparable.

Según " Pozo. E. G. (2011). Uso de las plantas medicinales en la comunidad del Cantón Yacuambi durante el periodo Julio-diciembre 2011. La Universidad Católica de Loja." Los resultados fueron favorables debido a que no presento efectos negativos, por el contrario, se observó un cambio radical y beneficio en las personas que consumían plantas medicinales entre ellas el orégano y jengibre, se pudo concluir que el efecto medicinal es más duradero a comparación de la medicina convencional la cual a un corto plazo trae efectos negativos para la salud.

Además de ello, en comparación de otras empresas exportadoras que comercializan sus productos sin marca, solo por el beneficio a corto plazo, enviaremos nuestros productos con marca propia (FEMS®), ya que contamos con un plan de crecimiento futuro que tiene como

principal objetivo el posicionamiento de nuestra marca.

La partida arancelaria del producto es **2106907100**, la cual comprende MEZCLAS O EXTRACTOS DE PLANTAS, PARTES DE PLANTAS, SEMILLAS O FRUTOS.

Detalle de principales mercados donde se exporta la partida

COMERCIO	2015	2016	2017
Estados Unidos de América	399.000	521.000	864.000
Bolivia	44.000	17.000	61.000
Ecuador	6.000	63.000	28.000

Fuente: Trademap/MTA

Elaborado por: Equipo de trabajo

Tabla N°002: Mercados donde se exporta la partida.

Como se observa en el cuadro anterior, el principal mercado donde se exporta el producto es Estados Unidos de América, teniendo un crecimiento positivo en los últimos tres años, pasando de 399000 USD\$ a 864000 USD\$, lo cual representa un crecimiento de 217%.

1.1.2. Ficha Técnica de FEMS

Nombre del FEMS Producto	
Partida Arancelaria	2106.90.71.00
Descripción	Infusión que contiene hojas secas de orégano y jengibre deshidratado. Cada sobre filtrante contiene 1 gramo de orégano y 1 gramo de jengibre deshidratado.
Presentación	Cada sobre filtrante contiene 1 gramo de orégano y 1 gramos de jengibre.
Características	No contiene azúcares, preservantes o químicos. El almacenaje y conservación deberá ser un lugar fresco y seco. (No requiere refrigeración)
Propiedades de la infusión	<p>Tanto el orégano con el jengibre cuenta con grandes beneficios para la salud, por su parte el orégano es rico en antioxidantes, antibióticos y anti espasmódicos, mientras que el jengibre es un anti-vomitivo, anti-inflamatorio, por lo que nuestra infusión cuenta con las siguientes propiedades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Digestivo: Mejora el proceso digestivo, dando una sensación de alivio. • Antibiótico: Contra las bacterias que pueden afectar nuestro sistema digestivo. • Aparato respiratorio: Ayuda a combatir la sinusitis y el resfriado común. • Alivia los vómitos y náuseas • Anti-oxidante: Ayuda a retrasar el proceso de envejecimiento. • Anti-espasmódico: Alivia los dolores estomacales y los malestares generados por el periodo menstrual. • Ayuda a aliviar los malestares de la dismenorrea. • Desinflama el vientre.

Elaborado por: Equipo de trabajo

Tabla N°003: Ficha técnica de la infusión.

EMPAQUE Y PRESENTACIÓN

Nuestra infusión se comercializará en cajas de cartón, las cuales contienen 20 sobre de infusión, las cuales tienen unas dimensiones de 11 x 7 x 7cm, con un peso de 40 gramos por caja. En cada uno de ellos, en la cara estará el logo de nuestra marca situado en la parte superior, mientras que en la cara anterior habrá rótulos con toda la información relativa al producto.



Elaborado por: Equipo de trabajo

Figura N°018: Empaque y presentación.

VALOR NUTRICIONAL Y ROTULADO

En el mercado estadounidense ya existen infusiones de reconocidas marcas como Revolution, Teavana, English tea shop, Lipton y Lord Nelson Tea, ninguno de ellos, se encuentra elaborado a base de orégano y jengibre ni mucho menos que alivien los malestares y cólicos menstruales, muchas de las infusiones que existen contienen algún tipo de químico el cual fue utilizado para su elaboración, disminuyendo así sus propiedades.

Valores nutricionales que aporta una porción de 100 gramos de nuestras infusiones de orégano y jengibre.

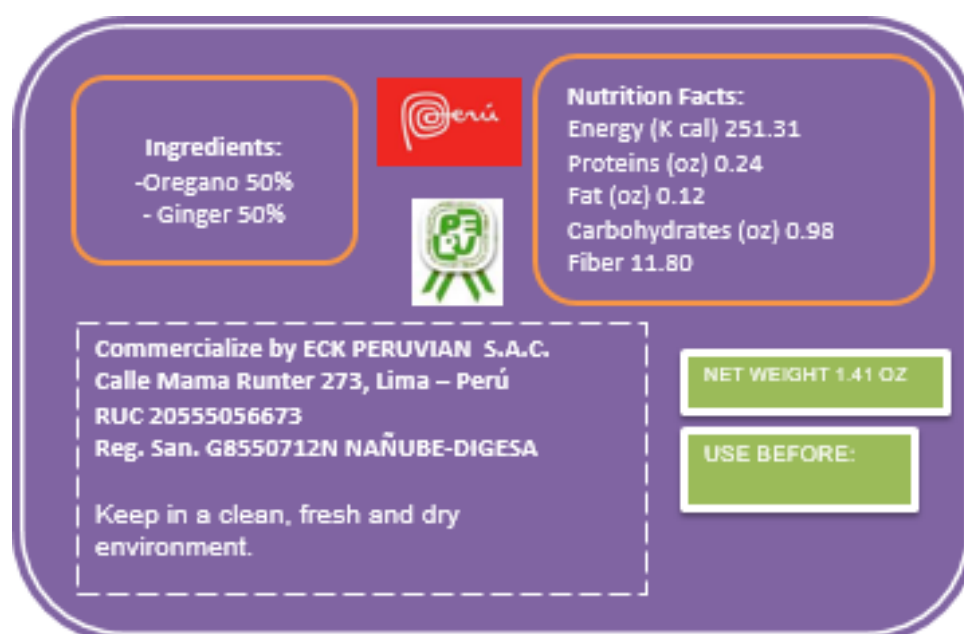
VALOR NUTRICIONAL	OREGANO	JENGIBRE
Calorías	10.93 oz	11.82 oz
Proteínas	0.39 oz	0.32 oz
Fibra	1.51 oz	0.5 oz
Hidratos de carbono	0.76 oz	2.53 oz
Grasas	0.36 oz	0.15 oz
Potasio	0.06 oz	0.05 oz
Fosforo	0.0071 oz	0.0059 oz
Calcio	0.007 oz	0.004 oz
Sodio	0.0005 oz	0.001 oz
Hierro	0.0016 oz	0.0007 oz
Vitamina A/B1/B2/B3/C	0.69/0.34/0.32/6.2/50	0.01/0/0.2/9.6/0.7

Elaborado por: Equipo de trabajo

Tabla N°004: Valor nutricional y rotulado.

Como se puede observar de la Tabla se destaca el alto contenido en fibra, potasio, calcio y hierro. En adición, tal como se ha estado mencionando a lo largo del presente trabajo, el perfil del consumidor estadounidense es bastante particular están muy bien informados y acostumbran a leer minuciosamente la descripción del contenido de los envases para realizar comparaciones entre productos y marcas.

Ante ello, tenemos que asegurarnos que todas las bondades de nuestro producto estén descritas en el mismo, empleando un rótulo con toda la información necesaria:














































































Elaborado por: Equipo de trabajo

Tabla N°005: Información adicional.

INFORMACIÓN ADICIONAL

- **Duración:** Nuestro producto, al estar libre de preservantes artificiales, tendrá menos capacidad de conservación frente a las otras infusiones, nuestro producto tendrá una vida útil de 6 meses.
- **Conservación:** Es ampliamente reconocida la importancia del almacenamiento de un producto como parte de los sistemas de distribución, comercialización y seguridad alimentaria del mismo. En pos del logro de lo último, recomendamos que nuestro producto sea conservado en temperaturas de ambiente, en un lugar seco y fresco y teniendo mucho cuidado con la excesiva luz. Bajo esas condiciones, podemos garantizar que el producto tendrá la vida útil expuesta en el punto anterior.

1.1.3. Ficha técnica del Orégano

Nombre del Producto																																																																		
Nombre en Inglés	Dry orégano in leaves																																																																	
Nombre Científico	Origanum vulgare																																																																	
Partida Arancelaria	12.11.90.30.00																																																																	
Características Físicas	El orégano es una planta que emana un olor agradable de aspecto seco. Puede medir hasta 90 cm de alto, extendiéndose en la parte superior. El orégano es de color verde oscuro.																																																																	
Zonas de Producción	Las zonas de cosecha en el Perú se encuentran en el departamento de Tacna, Moquegua y Arequipa.																																																																	
Estacionalidad	<table><tr><th>Departamento</th><th>ENE</th><th>FEB</th><th>MAR</th><th>ABR</th><th>MAY</th><th>JUN</th><th>JUL</th><th>AGO</th><th>SET</th><th>OCT</th><th>NOV</th><th>DIC</th></tr><tr><td>Junín</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td>Moquegua</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td>Tacna</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td>Arequipa</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>	Departamento	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC	Junín													Moquegua													Tacna													Arequipa												
Departamento	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC																																																						
Junín																																																																		
Moquegua																																																																		
Tacna																																																																		
Arequipa																																																																		
Propiedades del Orégano	<p>Propiedades expectorantes, diuréticas, anti-espasmódicas y sudoríficas.</p> <ul style="list-style-type: none">Disminuye los síntomas de la dismenorrea.Ayuda a desinflamar el abdomenAlivia los dolores ocasionados por la artritisCalma el dolor de muelas.Ayuda a mejorar la digestión.																																																																	
Características	No contiene azúcares, preservantes o químicos. El almacenaje y conservación deberá ser un lugar fresco y seco.																																																																	

Fuente: Agrodatab

Elaborado por: Equipo de trabajo

Tabla N°006: Ficha Técnica del Orégano.

Definición del orégano

El orégano es usado desde tiempos ancestrales, se dice que en la mitología griega que esta hierba fue creada por la diosa Afrodita y así hacer más felices a los humanos.

El orégano es una planta con tallos rectos con hojas redondas y en forma ovalada. Posee un color verde fuerte.

Sus hojas y flores emiten un olor agradable gracias a los aceites esenciales que contiene. El momento correcto para su cosecha es cuando la planta haya alcanzado el 20 % de su florecimiento.

Producción del orégano en el Perú

Según información del MINAGRI, hasta el año 2017 la producción de orégano era de 15374.85 toneladas, con una tendencia positiva de 3.9% en los últimos 15 años, siendo 2050 hectáreas la superficie total cosechada a nivel nacional.

Tacna, es la principal región productora de orégano, produciendo 9895 toneladas en el 2017, con una superficie de 1845 hectáreas, seguido de Moquegua, con 710 hectáreas, Arequipa con 68 hectáreas y el resto del territorio nacional con 146 hectáreas.

Las principales zonas de producción Tacna son las provincias de Candavare y Tacna, con 800 y 465 hectáreas respectivamente, seguidas de Jorge Basadre y Tarara con 443 y 340 hectáreas respectivamente.

Tacna, es la principal región productora de orégano, produciendo 9895 toneladas en el 2017, con una superficie de 1845 hectáreas, seguido de Moquegua, con 710 hectáreas, Arequipa con 68 hectáreas y el resto del territorio nacional con 146 hectáreas



Fuente: INTERNET

Figura N°019 Producción del orégano.

PRODUCCIÓN DE ORÉGANO TACNA - PERU		
Años	Producción nacional (t)	Producción de Tacna (t)
2001	5 312	3 964
2002	4 857	4 222
2003	4 502	4 136
2004	4 907	4 206
2005	5 658	4 560
2006	6 134	4 589
2007	7 204	4 748
2008	9 631	5 223
2009	11 217	5 674
2010	11 421	5 534
2011	12 067	5 508
2012	11 552	5 443
2013	14 089	7 731
2014	15 701	10 898
2015		9 895

Fuente: Sistema Integrado de Estadísticas Agrarias

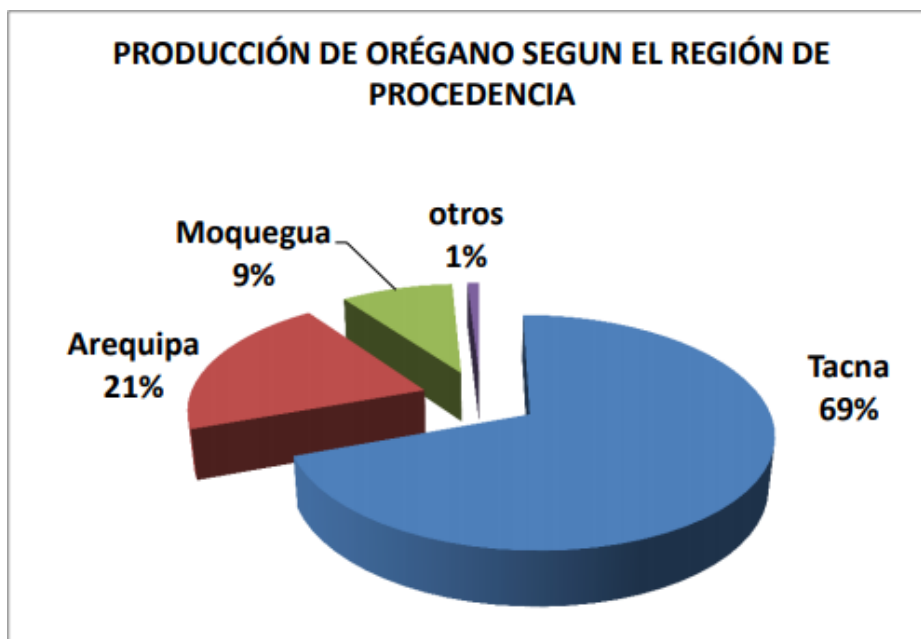
Tabla N°007: Producción del Orégano Tacna – PERÚ.

En el Perú la superficie cultivada y distribución geográfica, del orégano está presente principalmente en las Regiones de Tacna, Arequipa y Moquegua. En la siguiente Tabla observaremos claramente las regiones participantes en el cultivo del orégano, para la comercialización interna como externa.

ESTADÍSTICA NACIONAL DE ORÉGANO, SEGÚN REGION - 2014				
Región Nacional	Producción (t)	Superficie (ha)	Rendimiento (Kg/ha)	Precio en chacra (S/. /kg)
TOTAL	15 701	3 512	4 471	
Tacna	10 898	2 048	5 321	4.49
Arequipa	3 232	680	4 753	4.53
Moquegua	1 425	710	2 006	4.74
Junín	64	30	2 119	4.47
Apurímac	32	27	1 178	2.27
Ayacucho	31	10	3 100	4.84
Puno	15	5	3 000	0.62
La Libertad	5	2	3 000	3.17

Fuente: Sistema Integrado de Estadísticas Agrarias

Tabla N°008: Estadística Nacional de Orégano Según Región.



Fuente: Sistema Integrado de Estadísticas Agrarias

Gráfico N°003: Producción de orégano según la región de procedencia.

Usos del orégano

- **Propiedades antioxidantes**

El orégano es rico en antioxidantes, lo cual ayuda a disminuir los efectos del envejecimiento.

- **Propiedades anti fungicidas**

Ha sido usado para la preservación de alimentos, además de haber sido utilizado de manera satisfactoria en preparaciones para combatir hongos.

- **Propiedades antibióticas del orégano**

Uno de los componentes del orégano llamado carvacrol, ha sido utilizado para combatir bacterias, algunos estudios sugieren que podría ser más potente que la penicilina.

- **Propiedades antiespasmódicas**





































El orégano posee propiedades que ayudan a combatir los cólicos, disminuyendo la sensación de dolor y aliviando los calambres.

Beneficios medicinales del orégano

Según el estudio realizado “Morales, L.E (2015) Fisiología y morfometría de *Origanum vulgare* en diferentes sistemas de Producción y dosis de abono orgánico. Centro de Investigaciones Biológicas del Noroeste” menciona que el orégano cuenta con múltiples beneficios medicinales, entre los cuales, se destacan:

- ✓ Disminuye los síntomas de la dismenorrea, alivia los síntomas de la menstruación dolorosa.
- ✓ Ayuda a desinflamar el abdomen
- ✓ Mejora la digestión
- ✓ Alivia los dolores ocasionados por la artritis
- ✓ Calma el dolor de muelas.
- ✓ Reducir los espasmos musculares.
- ✓ Disminuye la flema y calma la tos
- ✓ Eliminar los parásitos

1.1.4. Ficha Técnica del Jengibre

Nombre del Producto																																								
Nombre en Inglés	Organic Fresh Ginger																																							
Nombre Científico	Zingiber officinale																																							
Partida Arancelaria	09.10.12.00.00																																							
Características Físicas	Es un tallo o rizoma en forma de mano, el cual desprende un olor fuerte. El rizoma es color gris por fuera y amarillo por dentro.																																							
Zonas de Producción	Distritos de Pichanaqui , Perene, Satipo, Mazamari, Pangoa y en la región Junín																																							
Estacionalidad	<table><tr><td>JUNIN</td><td>ENERO</td><td>FEBRERO</td><td>MARZO</td><td>ABRIL</td><td>MAYO</td><td>JUNIO</td><td>JULIO</td><td>AGOSTO</td><td>SEPTIEMBRE</td><td>OCTUBRE</td><td>NOVIEMBRE</td><td>DICIEMBRE</td></tr><tr><td>PICHANAQUI</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td>PERENE</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr></table>	JUNIN	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	PICHANAQUI													PERENE												
JUNIN	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE																												
PICHANAQUI																																								
PERENE																																								
Propiedades del Jengibre	<p>Digestivo: Aumenta las secreciones digestivas del páncreas.</p> <p>Antibiótico: Contra las bacterias, virus</p> <p>Aparato respiratorio: Combate la sinusitis, resfriado. Alivia los vómitos y nauseas.</p> <p>Disminuye el dolor abdominal que se asocia con el periodo menstrual, así como los espasmos que se presentan en la etapa previa al periodo.</p>																																							
Características	No contiene azúcares, preservantes o químicos. El almacenaje y conservación deberá ser un lugar fresco y seco. (No requiere refrigeración)																																							

Fuente: Agrodata Perú

Elaborado por: Equipo de trabajo

Tabla N°009: Ficha Técnica del Jengibre.

Definición del Jengibre

Desde hace más de dos siglos el jengibre es utilizado en la medicina tradicional asiática, tiene grandes beneficios para la salud además de ser uno de los condimentos más utilizados.

El jengibre es conocido por su raíz, también conocido como Kion, es cultivado en las zonas tropicales de todo el mundo. Pertenecce a la familia de las zingiberáceas, entre la que también se encuentra la cúrcuma y el cardamomo.

Crece en todos los continentes, pero la variedad que solemos encontrar habitualmente en el mercado es la originaria de China y de Perú.

China fue el líder en producción mundial de jengibre durante el 2016, con un 42% de participación en el mercado, Perú ocupó el segundo con 41%. El jengibre peruano es considerado un producto de mejor sabor en comparación al jengibre chino.

La diferencia entre el jengibre peruano y el chino radica en la forma de cultivo, mientras que el jengibre peruano es cultivado de forma artesanal bajo el cuidado de agricultores, el jengibre chino es cultivado de forma industrial, con sistemas mecanizados, buscando la reducción de costos.

Producción del jengibre en el Perú

El jengibre peruano es una raíz que crece en la Selva Central, en especial en Pichanaki, la zona de donde se obtiene el jengibre de mejor calidad. La producción se realiza durante todo el año, usando la técnica de rotación, esto consiste en ir cambiando el lugar de sembrío para ayudar a la tierra a recuperar sus nutrientes.

Debido a las condiciones del suelo peruano, no es necesario añadir ningún suplemento adicional en su cultivo, el jengibre peruano está libre 100% de químicos, es por ello que es preferido por los consumidores, ya que su sabor y color son superiores.

Chanchamayo es la provincia donde se cosecha mayor cantidad de jengibre, Pichanaqui

cosecha 585 hectáreas, Perené 23 ha, San Ramón con 17 ha, Chanchamayo y Victoc con 11 ha cada uno.

Mientras que en Satipo, San Martín de Pangoa con 102 ha, Mazamari con 101 hectáreas y Satipo con 44 hectáreas.

Por lo que podríamos confirmar que la gran producción del jengibre peruano se encuentra en la Selva Central peruana.

En la siguiente imagen se puede apreciar que Junín, ubicado en la selva central, específicamente los distritos de Pichanaqui, Satipo, Mazamari y Perene, se produce el jengibre de mejor calidad a nivel mundial.



Fuente: INTERNET

Figura N°020: Producción del jengibre

Uso del jengibre

- **Contra las náuseas y el mareo**

Gracias a sus propiedades el jengibre es una raíz poderosa combatiendo las náuseas y el mareo. Usualmente es utilizado en casos quirúrgicos.

- **Anti-inflamatorio (Reumatismo)**

Diversos estudios han comprobado que consumir kion alivia el dolor causado por artritis, osteoporosis y padecimientos musculares.

- **Anti-Ulceras**

Adicionalmente a sus propiedades anti-inflamatorias el kion también protege las paredes estomacales evitando las úlceras.

- **El jengibre y el sistema circulatorio**

Gracias a sus propiedades anti-coagulantes ayuda a mejorar la circulación sanguínea. Mejorando el flujo sanguíneo.

- **Antioxidante**

El jengibre es un excelente antioxidante, ayudando a retrasar el envejecimiento de las células, por lo tanto, ayuda a mantener un aspecto más joven.

Beneficios del jengibre para aliviar los cólicos menstruales

Según "Inca, A.R (2012.) "Elaboración de un fitofármaco semisólido de acción adelgazante con diferentes dosis a base de alcachofa, jengibre y cáscara de naranja administrado a personas para comparar su eficacia.", el jengibre o kion tiene múltiples beneficios para la salud humana, de los cuales podemos resaltar los siguientes

- Alivia malestares estomacales y de vientre asociado al periodo menstrual, así como también los espasmos del periodo previo.
- Por sus propiedades similares al ibuprofeno, es utilizado por mujeres que padecen de dismenorrea
- Como antioxidante, para disminuir los efectos del envejecimiento.
- Alivia las náuseas.
- Contiene aceites esenciales que ayudan a mejorar la salud en general.

1.1.5. Equipo de Trabajo

- **Bendezú Mamani, Kayla**

Bachiller en Administración de Negocios Internacionales, con experiencia como asistente en la agencia de aduana Aduaexpress.

Actualmente labora en la Empresa Contacto corredores de Seguros revisando los asuntos operacionales de los seguros.

- **Falcón Flores, César Roberto Aurelio**

Bachiller en Administración de Negocios Internacionales, con experiencia como Supervisor y Coordinador de operaciones de carteras de cobranza de entidades financieras, conocimientos en manejo y control de equipos de trabajo.

Se desempeñó como asistente administrativo dedicándose a él aérea comercial y administrativa en el sector turismo.

Actualmente labora en Real Plaza S.R.L, empresa que pertenece al grupo INTERCORP, como asistente de Gestión de Inmuebles.

- **Melgarejo Julca, Eva Noemí**

Bachiller en Administración de Negocios Internacionales, con experiencia como supervisora al proveedor del servicio de archivo en la Oficina de Normalización Previsional (ONP), con conocimiento en Excel avanzado y trabajo en equipo.

Actualmente labora en el MEF como analista en el área de Dirección de Operaciones.

1.2. Objetivos del Estudio de Mercado

1.2.1. Objetivo General

Realizar y analizar un plan de negocios en base a la elaboración de una infusión de orégano y jengibre y su exportación con destino al mercado de Los Ángeles – Estado de California y así determinar su viabilidad, sostenibilidad y rentabilidad.

1.2.2. Objetivos Específicos

Corto plazo:

- **Evaluar y diagnosticar a nuestros proveedores**

Nuestro primer objetivo es evaluar y diagnosticar a nuestros proveedores, Para esto elaboramos un ranking, tomando en cuenta factores como tiempo de entrega, cantidad de clientes y la antigüedad en el rubro, con la finalidad de obtener una materia prima de excelente calidad, en el tiempo requerido y así poder exportar el producto final hacia el destino elegido.

- **Identificar a nuestros compradores intermediarios**

El consumo de mates o té es bastante común en Los Ángeles – Estado de California, debido a las temperaturas, pero nuestro producto busca aliviar y disminuir los cólicos y los malestares propios del ciclo menstrual. En este caso debemos contactar correctamente a nuestros compradores intermedios, para que ellos puedan enfocarse en nuestro público objetivo.

Mediano plazo:

- **Expandir nuestra red de comercialización**

Nuestro objetivo a mediano plazo es expandir nuestra red de ventas, es decir ya no solo usar intermediarios para llegar al público objetivo, si no también comercializarlo en supermercados o tiendas directamente.

- **Participar en ferias y/o congresos internacionales**

Participar en ferias, de esta manera podremos ampliar nuestros contactos comerciales.

Largo plazo:

- **Expandirnos a otras ciudades de Estados Unidos y a otros mercados.**

Nuestro primer destino es Los Ángeles – Estado de California, lo que se busca a futuro es comercializar el producto en otras ciudades de Estados Unidos y hacia otros mercados.

1.3. Identificación del Mercado Objetivo

Para realizar nuestro plan de negocios escogimos como destino a Estados Unidos para nuestra exportación, que es el 4to país más grande del mundo con una superficie de 9 160 000 km², cuya capital es Washington D.C.

Nuestra ciudad destino es Los Ángeles – Estado de California que cuenta con una población total de 3, 976,000.00 habitantes, siendo 51% mujeres. Debido a que nuestra infusión está destinada a disminuir los malestares del periodo menstrual, calculamos que las mujeres que lo deben consumir se encuentran entre el rango de edades entre 15 a 34 años.

INDICADOR	DATA
POBLACION TOTAL USA	325,719,178.00
POBLACION LOS ANGELES	3,976,000.00
% MUJERES	51%
POBLACION MUJERES ANGELES	2,007,880.00
PUBLICO OBJETIVO (15 - 34 AÑOS)	614,310.89
30.6%	

Fuente: Banco Mundial

Elaborado por: Equipo de trabajo

Tabla N°010: Mercado Objetivo – Indicadores.

Organización Territorial de Estados Unidos

Usa cuenta con 50 estados, los cuales toman decisiones en cuanto al transporte, educación, comunicación, salud; entre otros puntos que ellos crean convenientes, estos se trabajan de manera independiente para el beneficio de su estado; sin embargo, no pueden separarse de la unión.

El idioma oficial es el inglés, pero también existen otras lenguas, por ejemplo: El francés, el Hawaiano y el español.

Mercado Objetivo

Actualmente Usa ocupa el 3er lugar en ser el país más poblado a nivel mundial, en el año 2017 se observó un aumento de 2 758 487 personas. En este mismo año la población femenina represento un incremento de 164 502 mujeres (50.5%), a diferencia de los varones que fue 161 216 (49.5%).

A continuación, presentamos el cambio de la población en Usa, en los cinco últimos años.

Ranking de Facilidad para Hacer Negocios 2017

Date	Density	Men	Women	Population
2017	33	161216	164502	325718
2016	33	160032	163373	323405
2015	33	158818	162221	321039
2014	32	157574	161047	318621
2013	32	156342	159892	316234

Fuente: Banco Mundial

Elaborado por Equipo de trabajo

Tabla N°011: Estados Unidos – Población.

Actualmente EE.UU. ocupa el 6to lugar de 190 países que participan en el ranking, lo cual nos indica que brindan facilidades para realizar nuevos negocios. Esto es una gran ventaja para nosotros porque nos ayudaría a insertarnos en el mercado de una manera más rápida.

A continuación, observamos el progreso por año de Estados Unidos en el Doing Business.

Estados Unidos - Índice Doing Business

Date	Index	Doing Business	opening a business	Credit	Tax	Commerce	Contracts
2018	82.54	6	49	37	36	36	16
2017	82.45	8	51	36	36	35	20
2016	82.46	7	45	37	34	35	20
2015	81.96	7	44	29	47	0	41
2014	82.14	7	41	30	44	15	41

Fuente: Banco Mundial

Elaborado por Equipo de trabajo

Tabla N°012: Índice Doing Business.

Comparativo: Índice Doing Business 2018

Como se puede apreciar nuestro país destino ocupa el 6 to lugar a nivel mundial.

Países	Índice	Doing Business
Estados Unidos [+]	82,54	6º

Fuente: Banco Mundial

Elaborado por Equipo de trabajo

Tabla N°013: Índice Doing Business – Comparativo.

1.3.1. Perfil del Consumidor

Con el transcurrir de los tiempos las consumidoras han cambiado su hábito de consumo, estos se basan en una cultura de vida, no solo es comprar un producto es buscar la originalidad e historia detrás de estos, la consumidora estadounidense siempre busca la excelencia y el valor nutricional. A su vez les atrae consumir productos naturales que vayan de la mano con el bienestar de su salud y del entorno, los cuales son aspectos que influyen al momento de adquirir nuestra infusión.

Por lo general las estadounidenses tienen una tendencia a consumir infusiones sanas y naturales lo cual hace que sea efectiva y bien aceptable la introducción de un producto que cumpla las expectativas y estándares que este mercado solicita.

Infusión en los Estados Unidos

Hoy en día el consumo de infusión en los Estados Unidos se ha vuelto una de las bebidas más solicitadas en todos los establecimientos, se puede consumir caliente o fría y a cualquier hora del día.

Desde el año 2014 se ha observado un crecimiento del 16% en cuanto a las ventas de las infusiones.

Si el agua es la primera bebida más consumida a nivel mundial, se puede asegurar que la infusión ocupa el segundo o tercer, ya que es un producto muy tradicional desde tiempos ancestrales.

Beneficios para la salud

Como principal beneficio se puede destacar sus propiedades nutricionales a diferencia de otras, diferentes estudios han indicado su gran aporte a los problemas con el corazón, a su vez ayuda a la pérdida de peso y disminuir el colesterol.

Consumir una infusión en Estados Unidos es sinónimo de un producto sano, salubre, entre otros adjetivos que se emplea para poder promocionar dicho producto.

9 de cada 10 consumidores adquieren infusiones, el 85% son jóvenes de 15 a 34 años, mientras que 15% son de 35 a más.

Intercambio Comercial Estados Unidos – Mundo (En millones de dólares)

COMERCIO	2015	2016	2017
EXPORTACIONES	1,501,845.86	1,451,023.53	1,546,272.96
IMPORTACIONES	2,313,424.57	2,249,943.88	2,408,475.70
BALANZA COMERCIAL	- 811,578.71	- 798,920.35	- 862,202.74
INTERCAMBIO COMERCIAL	3,815,270.43	3,700,967.41	3,954,748.66

Fuente: Banco Mundial

Elaborado por Equipo de trabajo

Tabla N°014: Intercambio Comercial Estados Unidos – Mundo.

Detalle Productos Importados (En millones de dólares)

PRODUCTO	2015	2016	2017
Todos los productos	2,313,424.57	2,249,943.88	2,408,475.70
Máquinas, aparatos y material eléctrico, y sus partes; aparatos de grabación o reproducción	330,044.57	315.443.570	349.027.417
Máquinas, aparatos y artefactos mecánicos, reactores nucleares, calderas; partes de estas máquinas ...	284,383.66	284,820.92	294,555.40

Vehículos automóviles, tractores, velocípedos y demás vehículos terrestres, sus partes y accesorios	200,696.08	163.116.986	204,018.19
Productos farmacéuticos	86,014.13	92,523.79	96,585.97

Fuente: Trademap/MTA

Elaborado por: Equipo de trabajo.

Tabla N°015: Detalle productos importados.

Como podemos apreciar Estados Unidos es un país que principalmente realiza importaciones, las cuales aumentaron en un 7% con respecto al año anterior, siendo los principales productos importados las maquinas o artefactos eléctricos, los vehículos automóviles y los productos farmacéuticos.

Intercambio Comercial Estados Unidos- Perú (En millones de dólares)

COMERCIO	2015	2016	2017
EXPORTACIONES	8,725.61	7,926.96	8,662.61
IMPORTACIONES	5,383.03	6,551.65	7,627.40
BALANZA COMERCIAL	3,342.58	1,375.31	1,035.21
INTERCAMBIO COMERCIAL	14,108.64	14,478.61	16,290.02

Fuente: Trademap/WTB

Elaborado por: Equipo de trabajo

Tabla N°016: Intercambio Comercial Estados Unidos – Perú.

Detalle de Importaciones Estados Unidos – Perú (En millones de dólares)

PRODUCTO	2015	2016	2017
Perlas finas (naturales) o cultivadas, piedras preciosas o semipreciosas, metales preciosos, . . .	976.79	2,033.60	2,146.95
Combustibles minerales, aceites minerales y productos de su destilación; materias bituminosas; . .	586.02	451.56	963.76
Frutas y frutos comestibles; cortezas de agrios (cítricos), melones o sandías	629.38	732.62	914.47
Café, té, yerba mate y especias	247.61	288.71	278.23

Fuente: Trademap/WTB

Elaborado por: Equipo de trabajo

Tabla N°017: Detalle de Importaciones Estados Unidos – Perú.

Como podemos apreciar en los cuadros anteriores, las importaciones que realizan Estados Unidos desde Perú han incrementado en el lapso de los últimos 3 años, yendo de S/5,383.03 en el año 2015 a S/7,627.40 en el año 2017, lo cual representa un incremento del 42%.

1.3.2. Metodología para la Segmentación de Mercado

SEGMENTACION GEOGRAFICA

Segmentacion geografica (2017)			
Pais	EE.UU.	325719178	Habitantes
Estado	California	3, 976,000.00	Habitantes
Ciudad	Los Angeles	3, 976,000.00	Habitantes
Mercado Objetivo	Los Angeles	3, 976,000.00	Habitantes
Mujeres 15-34 años	Los Angeles	2,007,880	Habitantes

SEGMENTACION DEMOGRAFICA

Segmentacion Demografica	
NSE	AY B
Idioma	Ingles
Edad	15-34 años
Genero	Femenino
Estado Civil	Indiferente
Ocupacion	Indiferente
Educacion	Indiferente
Ingresos	Indiferente

SEGMENTACION PSICOGRAFICA

Segmentacion Psicografica	
Estilo de vida	Consuman infusiones con beneficios para la salud
	Recurran con frecuencia a supermercados y centros comerciales

SEGMENTACION CONDUCTUAL

Segmentacion Conductual	
Momento de consumo	En el periodo menstrual
Beneficios Buscados	Aliviar colicos menstruales
Frecuencia de consumo	3 a 4 veces al día.

Fuente: Banco mundial

Elaborado por: Equipo de trabajo

Tabla N°018: Metodología de segmentación.

1.3.3. Tamaño de la muestra, Encuesta Piloto y General

- **Población**

La población está constituida por la cantidad de 614,310.89 habitantes en la ciudad de los Ángeles entre el rango de edades de 15-34 años.

- **Muestra**

Para su cálculo se consideró un nivel de error de 5% y de 95% de confianza, tamaño de población estimada de 614 310 habitantes en la ciudad de los Ángeles entre el rango de edades de 15-34 años en el año 2017.

La muestra se calcula con la siguiente formula estadística:

MARGEN DE ERROR (común en auditoría) 5.0%
TAMAÑO POBLACIÓN 614,310 *
NIVEL DE CONFIANZA (común en auditoría) 95% **

Valores Z (valor del nivel de confianza)	90%	95%	97%	98%	99%
Varianza (valor para reemplazar en la fórmula)	1.645	1.960	2.170	2.326	2.576

Nota:

$$\text{TAMAÑO DE LA MUESTRA} = \frac{N * (\alpha_c * 0,5)^2}{1 + (e^2 * (N - 1))} = 380$$

		Cuadro de Muestra de Acuerdo a la Población (N)											
		1%	2.0%	2.5%	3.0%	3.5%	4.0%	5.0%	6.0%	7.0%	8.0%	9.0%	10.0%
N	2000	1,655	1,091	869	696	563	462	322	235	179	140	112	92
	4000	2,824	1,501	1,110	843	656	522	351	250	187	145	115	94
	6000	3,693	1,715	1,223	906	693	546	361	255	190	146	116	95
	8000	4,365	1,847	1,289	942	714	558	367	258	191	147	117	95
	10000	4,899	1,936	1,332	964	727	566	370	260	192	148	117	95
	12000	5,335	2,001	1,362	980	736	572	372	261	193	148	117	95
	14000	5,696	2,050	1,385	992	742	576	374	262	193	148	118	95
	16000	6,002	2,088	1,402	1,000	747	579	375	262	194	149	118	95
	18000	6,263	2,118	1,416	1,007	751	581	376	263	194	149	118	96
	614,310	9,456	2,392	1,533	1,065	783	600	380	267	196	150	119	96
	22000	6,686	2,165	1,436	1,018	757	584	378	264	194	149	118	96
	24000	6,859	2,183	1,444	1,022	759	586	378	264	194	149	118	96
	26000	7,013	2,198	1,451	1,025	761	587	379	264	195	149	118	96
	28000	7,151	2,211	1,457	1,028	763	588	379	264	195	149	118	96
	30000	7,275	2,223	1,462	1,030	764	588	379	264	195	149	118	96
	32000	7,387	2,233	1,466	1,033	765	589	380	265	195	149	118	96
	34000	7,489	2,243	1,470	1,035	766	590	380	265	195	149	118	96
	36000	7,581	2,251	1,474	1,036	767	590	380	265	195	149	118	96

1.3.4. Proceso Estadístico de los Resultados e Interpretación

RESULTADOS ENCUESTA

Una vez realizada las encuestas, los resultados fueron los siguientes:



Elaborado por: Equipo de trabajo

Gráfico N°004: Pregunta 1.

15 - 20 años	42	11%
21 - 25 años	84	22%
26 - 34 años	224	59%
Más de 35 años	30	8%
Total general	380	100%

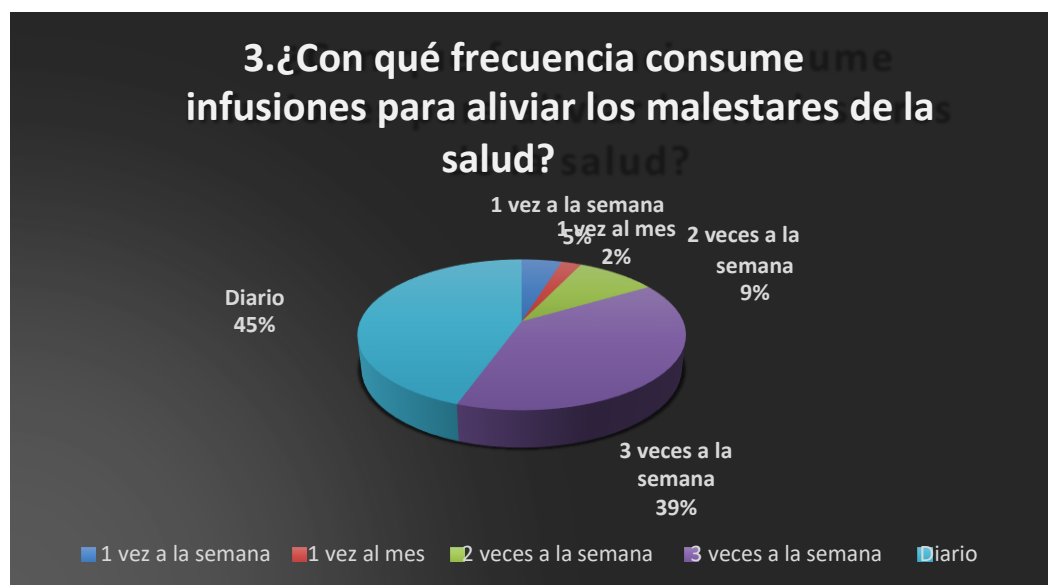
Del total de mujeres encuestadas, la mayor parte se encuentra entre los 26 y 34 años, siendo 224 mujeres del total de 380. En segundo lugar, están las mujeres entre 21 y 25 años con un total de 84.



Elaborado por: Equipo de trabajo
Gráfico N°005: Pregunta 2.

Descansar	152	40%
Escuchar música	137	36%
Hacer deporte	45	12%
Leer	46	12%
Total general	380	100%

En primer lugar, las mujeres de Los Ángeles llevan un estilo de vida muy activo y hasta sobrecargado, por lo que en su tiempo libre prefiere descansar en su mayoría y en segundo lugar prefieren escuchar música. La menor parte de la población en análisis de estudio prefiere leer. Ello confirma que están más propensas a sufrir cólicos menstruales.

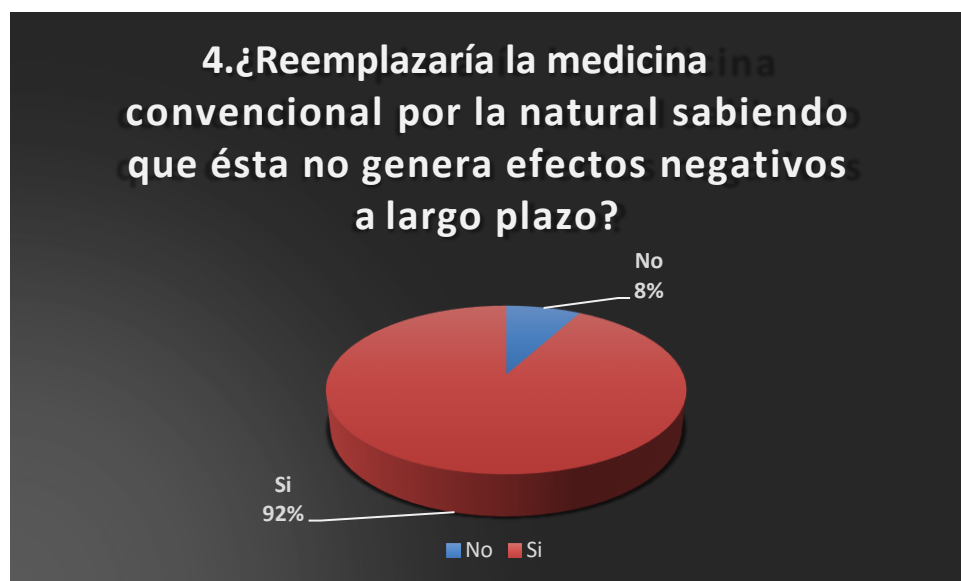


Elaborado por: Equipo de trabajo

Gráfico N°006: Pregunta 3.

1 vez a la semana	19	5%
1 vez al mes	8	2%
2 veces a la semana	34	9%
3 veces a la semana	149	39%
Diario	170	45%
Total general	380	100%

En cuanto a la frecuencia con que estas mujeres consumen infusiones para aliviar sus problemas de salud, el resultado obtenido es que la mayoría (45%) consume infusiones todos los días es parte de su rutina del día a día y sólo el 2% una vez al mes.

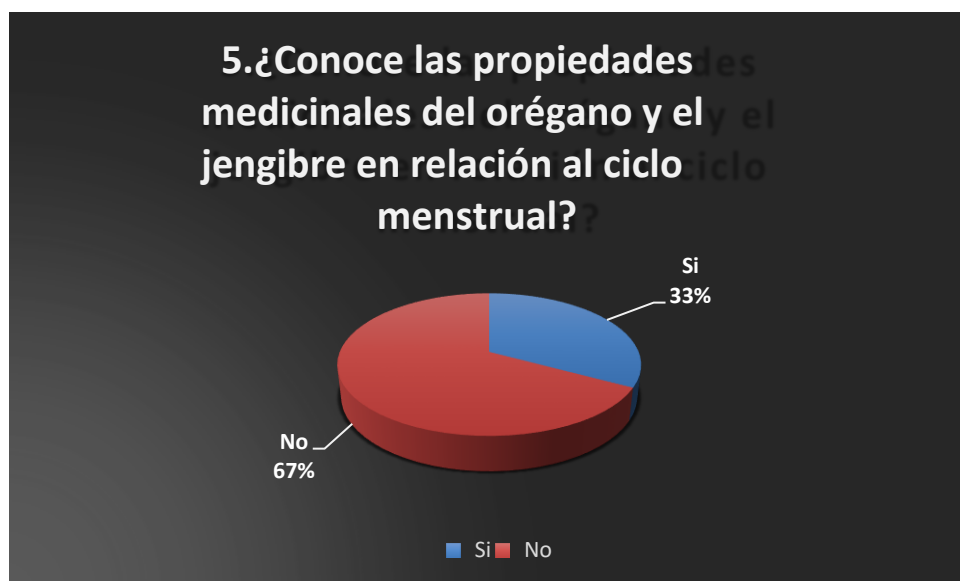


Elaborado por: Equipo de trabajo

Gráfico N°007: Pregunta 4.

No	30	8%
Si	350	92%
Total general	380	100%

Si les dieran a elegir entre medicina natural o alternativa y la medicina convencional, las mujeres de Los Ángeles prefieren emplear la medicina natural ya que se sabe que a largo plazo esta no les generará efectos negativos en su salud a comparación de la medicina convencional. El 92% de las mujeres de Los Ángeles optarían por la medicina natural y/o consumo de infusiones.

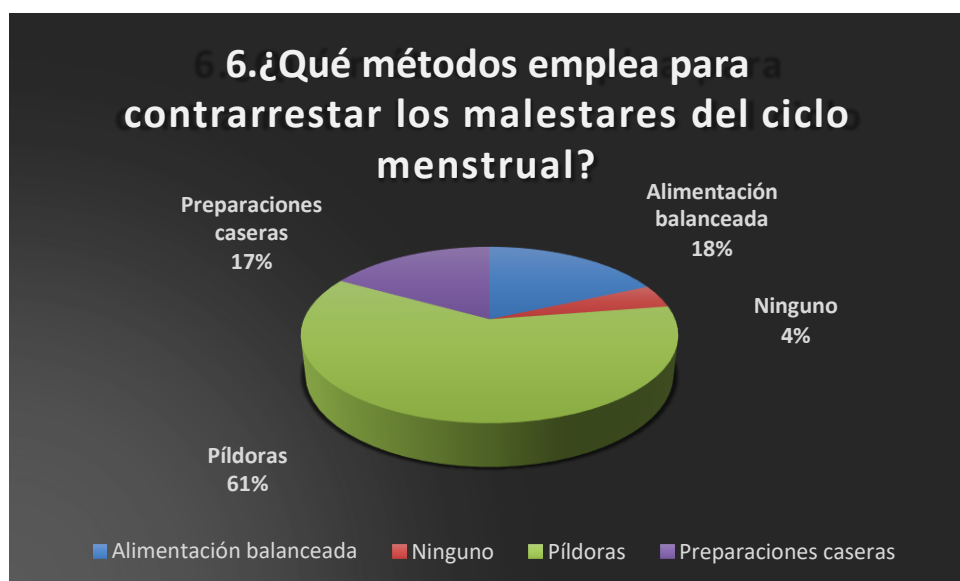


Elaborado por: Equipo de trabajo

Gráfico N°008: Pregunta 5.

Si	125	33%
No	255	67%
Total general	380	100%

En relación al previo conocimiento de las propiedades del orégano y jengibre respecto a su incidencia en el periodo menstrual de la mujer, se observó que una cantidad considerable de mujeres de Los Ángeles no sabe que el orégano y el jengibre alivian estos dolores.

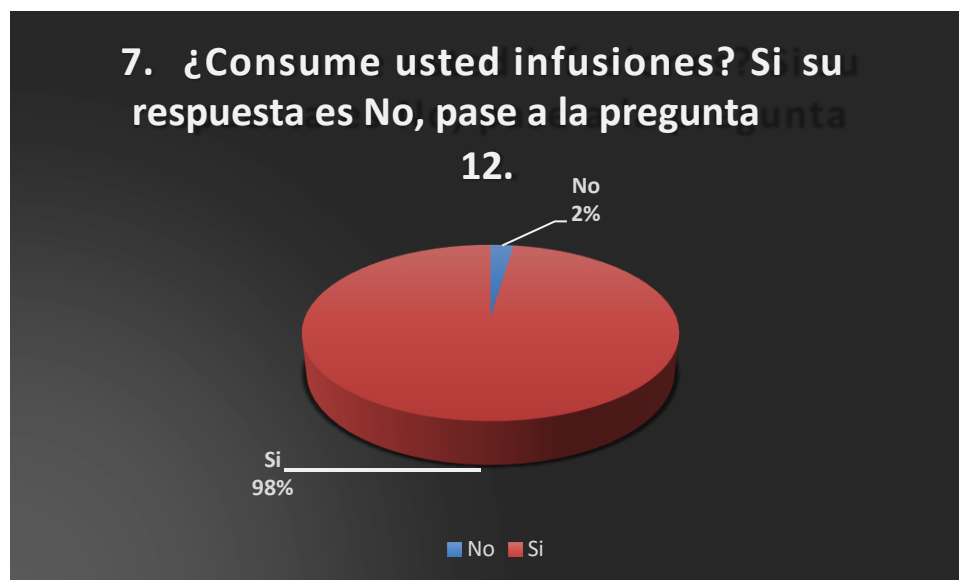


Elaborado por: Equipo de trabajo

Gráfico N°009: Pregunta 6.

Alimentación balanceada	68	18%
Ninguno	15	4%
Píldoras	232	61%
Preparaciones caseras	65	17%
Total general	380	100%

Al consultar sobre los métodos que se emplean para tratar los cólicos menstruales se obtuvo como principal resultado el uso de píldoras, con un 61% de los casos en las encuestadas. De igual forma, se puede concluir que la minoría no consume ningún método para aliviar sus malestares.

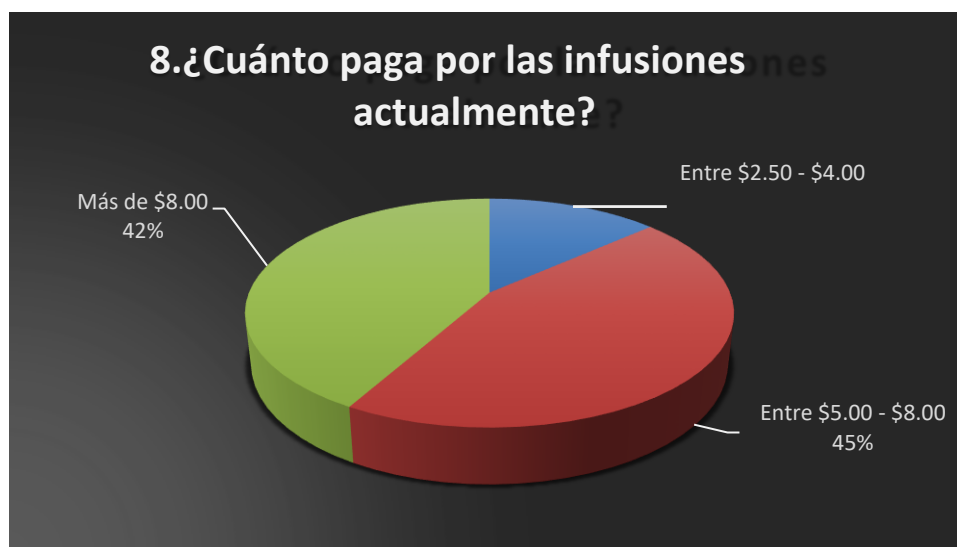


Elaborado por: Equipo de trabajo

Gráfico N°010: Pregunta 7.

No	7	2%
Si	373	98%
Total general	380	100%

Casi todas las mujeres de Los Ángeles conocen y consumen infusiones, a través de este resultado se puede concluir que nuestra infusión será bien aceptada en el país de destino.

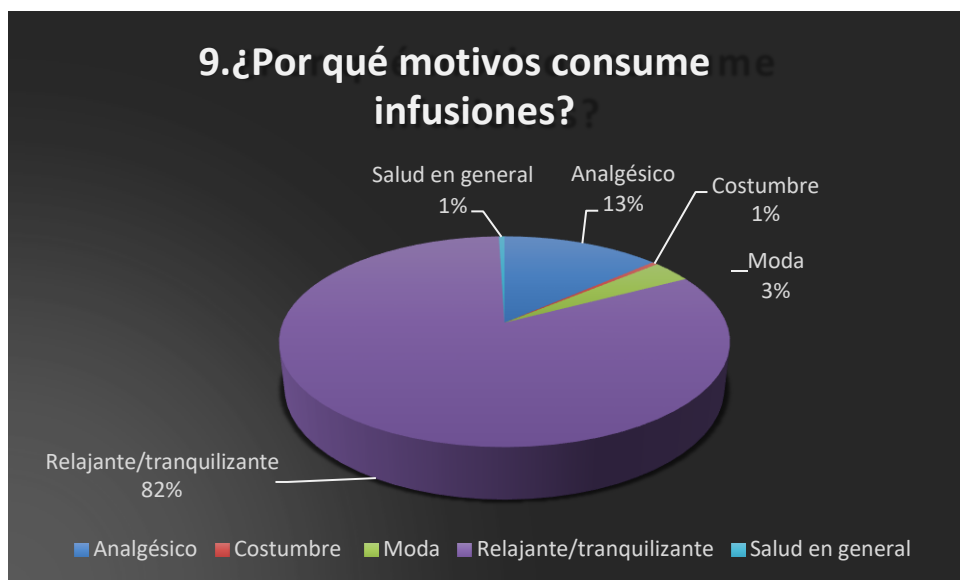


Elaborado por: Equipo de trabajo

Gráfico N°011: Pregunta 8.

Entre \$ 2.50 - \$ 4.00	95	25%
Entre \$ 5.00 - \$ 8.00	209	55%
Más de \$ 8.00	76	20%
Total general	380	100%

El 55 % de las mujeres de Los Ángeles nos manifestó que para adquirir una infusión pagan entre 5 a 8 dólares, mientras que el 25 % pagan entre 2.50 a 4.00 dólares.

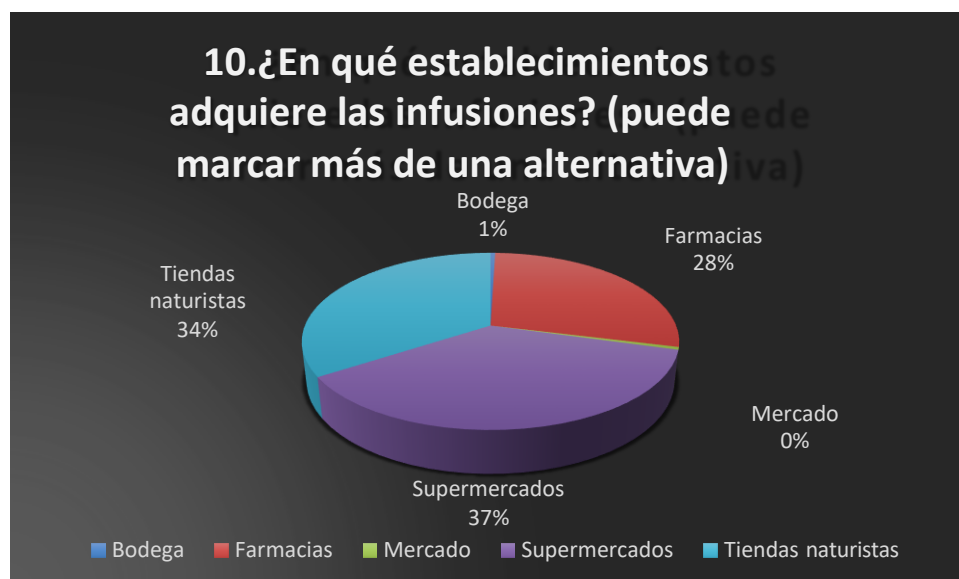


Elaborado por: Equipo de trabajo

Gráfico N°012: Pregunta 9.

Analgésico	49	13%
Costumbre	4	1%
Moda	11	3%
Relajante/tranquilizante	312	82%
Salud en general	4	1%
Total general	380	100%

Entre las más importantes razones que las mujeres de Los Ángeles consumen infusiones se encuentran porque les sirve para relajarse y/o tranquilizarse (82%) y también que los consumen como analgésicos (13%).

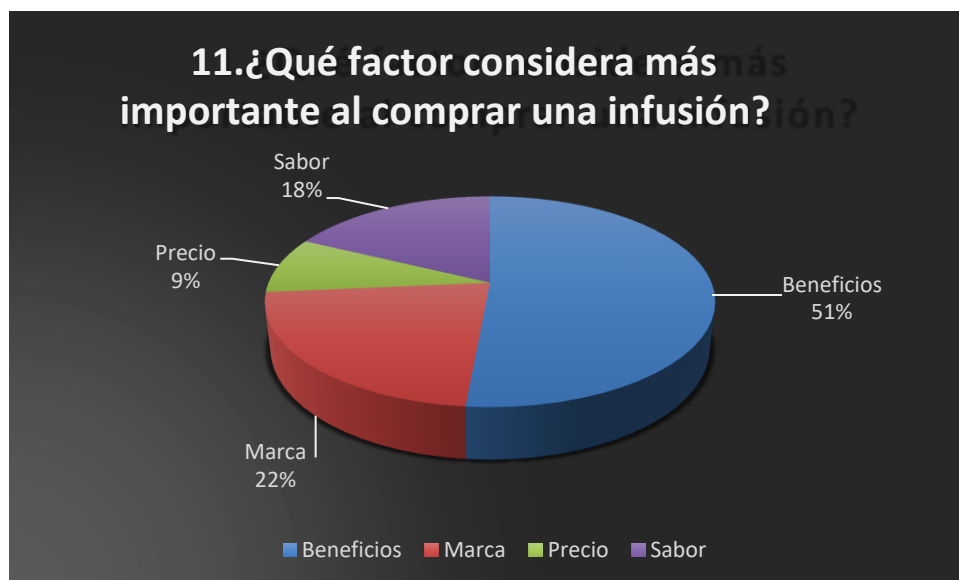


Elaborado por: Equipo de trabajo

Gráfico N°013: Pregunta 10.

Bodega	2	0.5%
Farmacias	106	28%
Mercado	2	0.5%
Supermercados	141	37%
Tiendas naturistas	129	34%
Total general	380	100%

El 37 % de las mujeres de Los Ángeles manifestó que para adquirir las infusiones que usualmente consumen deben comprarlo en supermercados mientras que un 34% las adquiere en tiendas naturales.

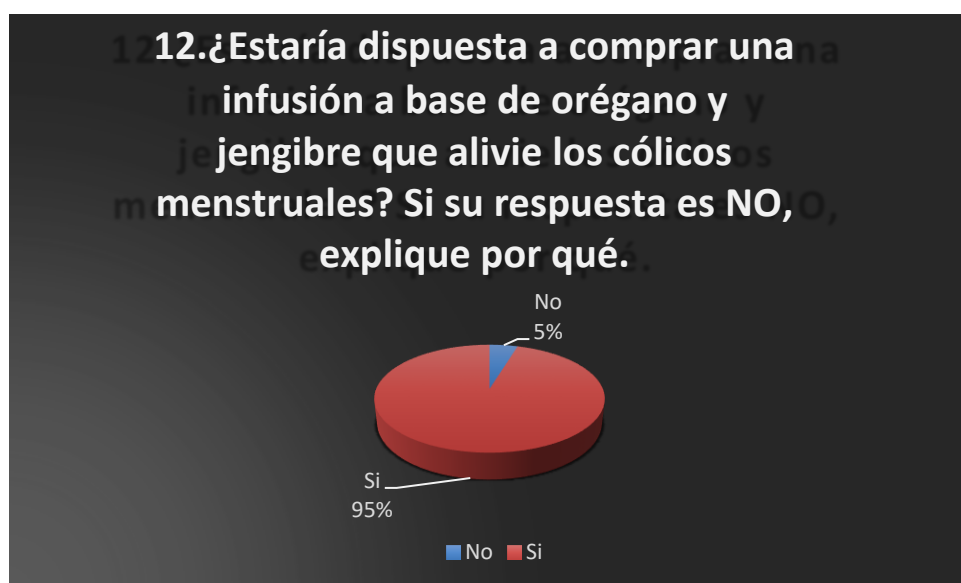


Elaborado por: Equipo de trabajo

Gráfico N°014: Pregunta 11.

Beneficios	194	51%
Marca	84	22%
Precio	34	9%
Sabor	68	18%
Total general	380	100%

El aspecto que tienen en mayor consideración al momento de realizar una compra es los beneficios que pueda brindarle para su salud esto representa el 51%, por otro lado, el 22% considera que la marca es uno de los aspectos más relevantes acompañado del sabor que representa un 18%.

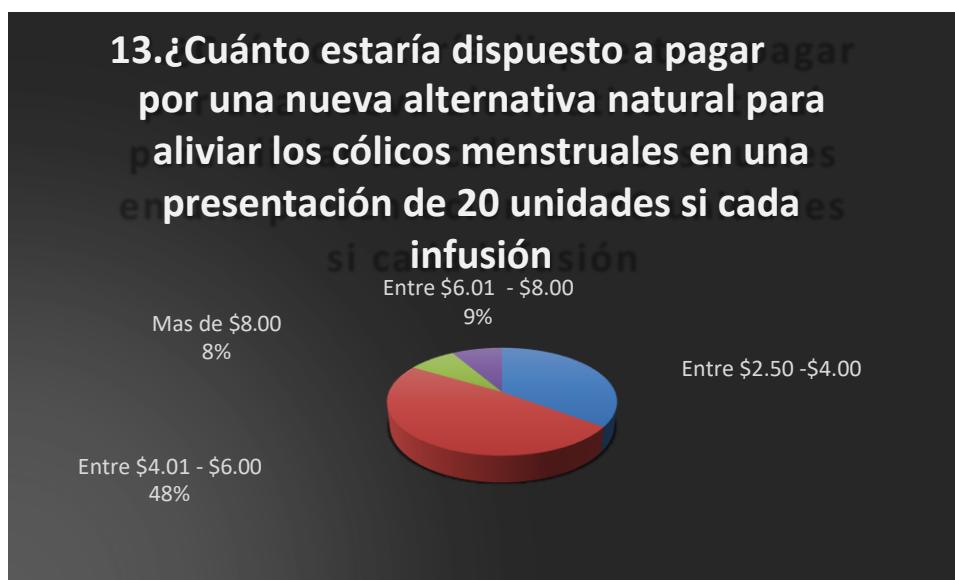


Elaborado por: Equipo de trabajo

Gráfico N°015: Pregunta 12.

No	19	5%
Si	361	95%
Total general	380	100%

El 95% de las mujeres de Los Ángeles nos manifestó que estarían dispuestas a comprar una infusión a base de orégano y jengibre que alivie sus cólicos menstruales.



Elaborado por: Equipo de trabajo

Gráfico N°016: Pregunta 13.

Entre \$2.50 - \$4.00	134	35%
Entre \$4.01 - \$6.00	182	48%
Entre \$6.01 - \$8.00	34	9%
Más de \$8.00	30	8%
Total general	380	100%

El 48% de las mujeres de Los Ángeles estaría dispuesta a pagar entre 4.01 a 6.00 dólares por nuestras cajas de infusiones, mientras que un 35% pagaría de 2.5 a 4.00 dólares.

En síntesis, en la presente encuesta realizada a 380 personas, que nos arrojó como resultados que la gran mayoría estaría dispuesta a reemplazar la medicina convencional por la natural y que sí estarían dispuestas a comprar y consumir nuestro producto para el alivio de los cólicos menstruales y a su vez, este se convierta en un tratamiento natural que contrarreste sus males.

1.4. Estudio de la Demanda, Análisis Cuantitativo y Cualitativo

1.4.1. Información Histórica

Orégano

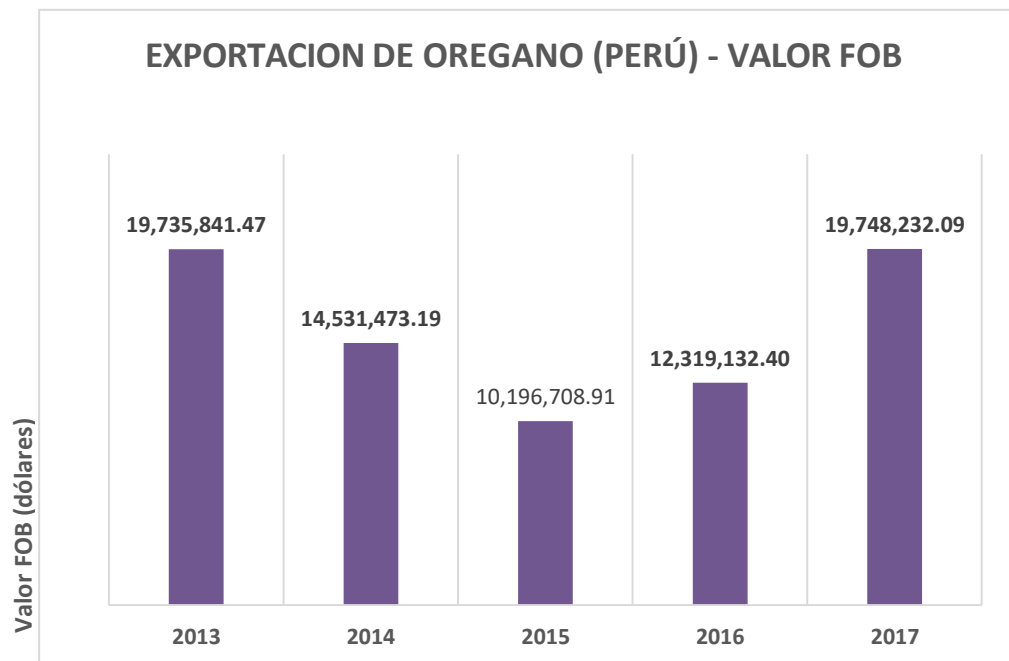
En el **2013**, las exportaciones de orégano ascienden a los U\$ 19, 735,841.47 millones. El precio asciende a los U\$ 3.73 kilo promedio.

En el **2014**, las exportaciones de orégano alcanzan los U\$ 14, 531,473.19 millones. El precio asciende a los U\$ 2.39 kilo promedio.

En el **2015**, las exportaciones de orégano ascienden a los U\$ 10, 196,708.91 millones. El precio asciende a los U\$ 1.83 kilo promedio.

En el **2016**, las exportaciones de orégano alcanzan los U\$ 12, 319,132.40 millones. El precio asciende a los U\$ 2.57 kilo promedio.

En el **2017**, las exportaciones de orégano ascienden a los U\$ 19, 748,232.09 millones. El precio asciende a los U\$ 4.09 kilo promedio.



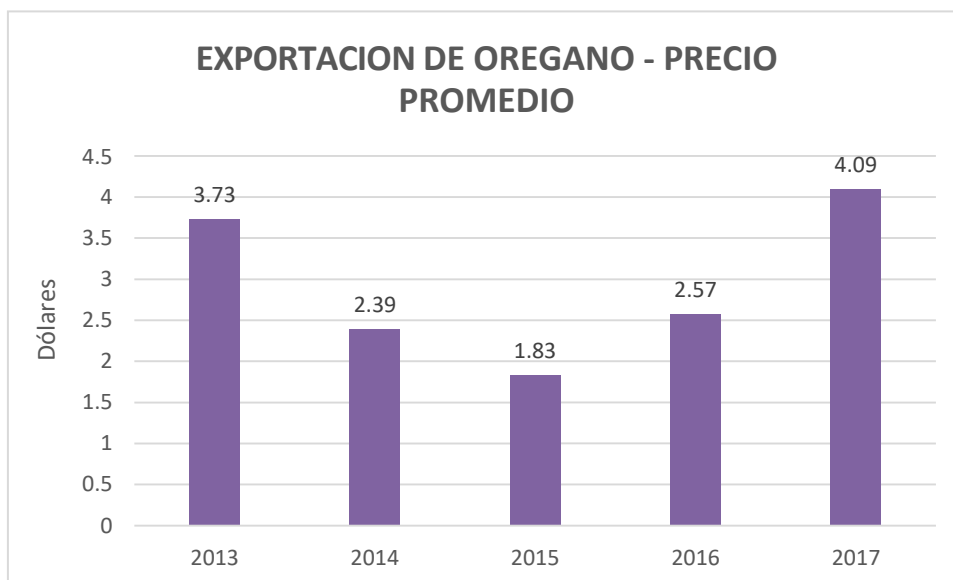
Fuente: SUNAT

Elaborado por: Equipo de trabajo

Gráfico N°017: Información Histórica de la exportación de Orégano.

Interpretación:

De acuerdo a la imagen mostrada se aprecia que el valor FOB tiene una tendencia positiva incrementándose de 10, 196,708.91USD en el 2015 a 19, 748,232.09USD en el 2017.



Fuente: SUNAT

Elaborado por: Equipo de trabajo

Gráfico N°018: Precio Promedio de la exportación de Orégano.

Interpretación:

De acuerdo al Gráfico mostrado anteriormente podemos apreciar que el precio promedio del orégano tiene una tendencia positiva, incrementando de 1.83 USD en el año del 2015 a 4.09 USD en el 2017.

El más grande importador de orégano de origen peruano es Brasil. Seguidos de España, Chile y Argentina. Cabe precisar el mercado brasileño se encuentra saturado por la cantidad de producto que se exporta a ese destino.



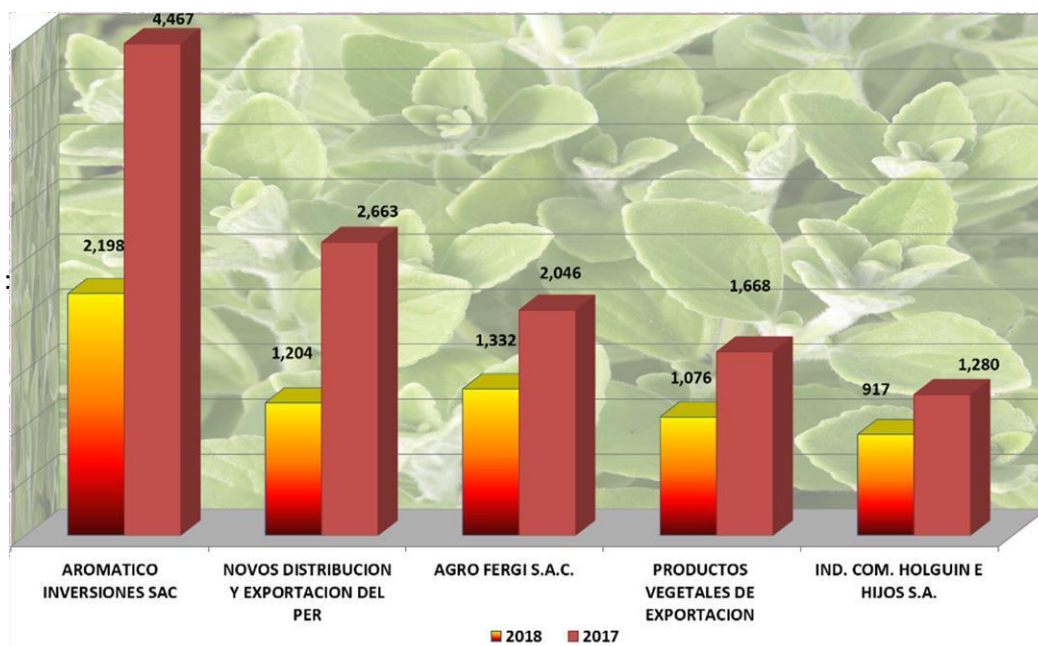
Fuente: INTERNET

Figura N°021: Mapas del País Origen – Destino y País Saturado.

Población Estados Unidos: 325, 719,178.00

Población Estados Unidos–Los ángeles: 3, 976,000.00

EMPRESAS EXPORTADORAS DE OREGANO - FOB US\$ MILES EN EL 2017 VS 2018



Fuente Agroataperu

Elaborado por Equipo de trabajo

Gráfico N°019: Empresas Exportadoras de Orégano.

Interpretación:

A julio del 2018, Aromático Inversiones SAC lidera las exportaciones con U\$2.2 millones.

Exportaciones de Perú para el Mundo – Orégano

OREGANO											
2015				2016				2017			
Nº	País de Destino	FOB (dólares)	Partic. %	Nº	País de Destino	FOB (dólares)	Partic. %	Nº	País de Destino	FOB (dólares)	Partic. %
1	BR - BRAZIL	3,761,331.36	36.89	1	BR - BRAZIL	5,280,403.78	42.86	1	BR - BRAZIL	9,507,599.13	48.14
2	ES - SPAIN	1,821,795.80	17.87	2	ES - SPAIN	2,121,839.40	17.22	2	AR - ARGENTINA	3,021,610.32	15.3
3	AR - ARGENTINA	970,108.75	9.51	3	AR - ARGENTINA	1,080,524.00	8.77	3	ES - SPAIN	2,537,530.41	12.85
4	CL - CHILE	920,237.74	9.02	4	CL - CHILE	937,847.00	7.61	4	CL - CHILE	1,874,888.19	9.49
5	EC - ECUADOR	536,652.00	5.26	5	EC - ECUADOR	628,012.00	5.1	5	EC - ECUADOR	771,495.95	3.91
6	US - UNITED STATES	392,481.92	3.85	6	IT - ITALY	425,490.33	3.45	6	UY - URUGUAY	624,322.85	3.16
7	UY - URUGUAY	383,815.36	3.76	7	US - UNITED STATES	404,463.44	3.28	7	PA - PANAMA	437,007.60	2.21
8	IT - ITALY	373,269.49	3.66	8	DE - GERMANY	328,905.00	2.67	8	DE - GERMANY	359,274.46	1.82
9	DE - GERMANY	274,917.71	2.7	9	UY - URUGUAY	325,899.42	2.65	9	US - UNITED STATES	271,948.04	1.38
10	GR - GREECE	160,760.00	1.58	10	PA - PANAMA	231,961.12	1.88	10	IT - ITALY	131,479.96	0.67
11	OTROS DESTINOS	601,338.78	5.91	11	OTROS DESTINOS	553,786.91	4.47	11	OTROS DESTINOS	211,075.18	1.06

Fuente: SUNAT

Elaborado por: Equipo de trabajo

Tabla N°019: Exportación de Perú para el Mundo – Orégano.

Interpretación:

En los cuadros realizados, se muestra que Perú tiene la mayor Exportación de orégano al país de Brasil, con una participación de 36.89% en el año 2015, la cual fue incrementando significativamente a 48.14% en el año 2017 del valor FOB. En segundo lugar, esta España con una disminución de 17.87% en el año 2015, a 17.22% en el año 2016. En tercer lugar, esta Argentina ya que en el 2017 siguió disminuyendo con una participación de 15.3% del valor FOB.

Información Histórica

Jengibre

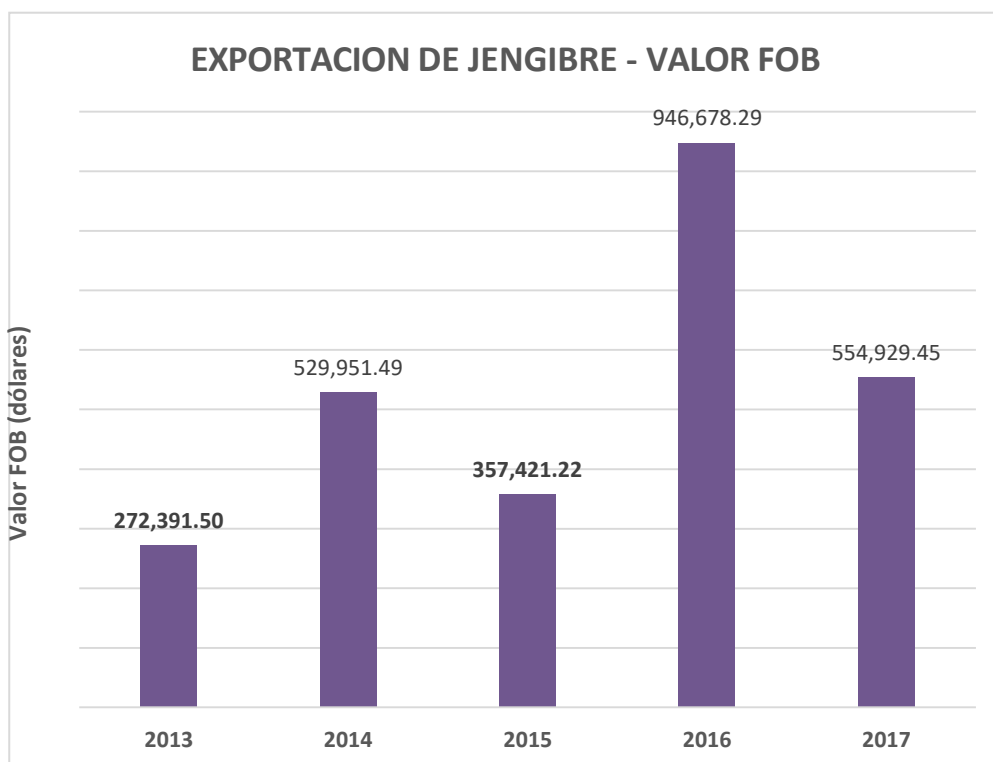
En el **2013**, las exportaciones de jengibre (kion) ascienden a los U\$ 272,391.50 millones. El precio asciende a los U\$ 0.72 kilo promedio.

En el **2014**, las exportaciones de jengibre (kion) alcanzan los U\$ 529,951.49 millones. El precio asciende a los U\$ 0.94 kilo promedio.

En el **2015**, las exportaciones de jengibre (kion) ascienden a los U\$ 357,421.22 millones. El precio asciende a los U\$ 1.65 kilo promedio.

En el **2016**, las exportaciones de jengibre (kion) alcanzan los U\$ 946,678.29 millones. El precio asciende a los U\$ 1.83 kilo promedio.

En el **2017**, las exportaciones de jengibre (kion) ascienden a los U\$ 554,929.45 millones. El precio asciende a los U\$ 1.46 kilo promedio.



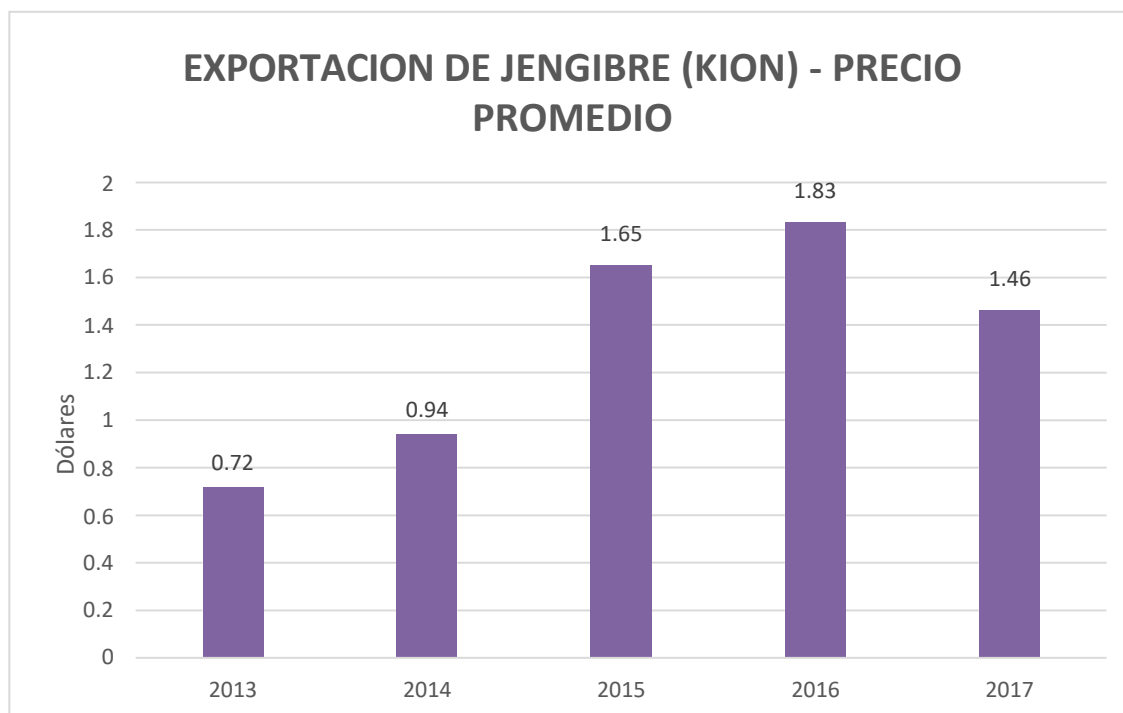
Fuente: SUNAT

Elaborado por: Equipo de trabajo

Gráfico N°020: Información Histórica de la exportación del Jengibre.

Interpretación:

De acuerdo a la imagen mostrada se aprecia que el valor FOB del jengibre tiene una tendencia variable, incrementando de 357,421.22 USD en el 2015 a 946,678.29 USD en el 2016 y con una disminución de 554,929.45 USD en el año del 2017.



Fuente: SUNAT

Elaborado por: Equipo de trabajo

Gráfico N°021: Precio Promedio de la Exportación del jengibre.

Interpretación:

De acuerdo al Gráfico mostrado anteriormente podemos apreciar que el precio promedio del orégano tiene una tendencia variable, incrementando de 1.65 USD en el año del 2015 a 1.83 USD en el 2016 y con una disminución del 1.46 USD en el año del 2017.

El principal importador de Jengibre (KION) peruano es **Holanda** en el 2017, seguido de Estados Unidos.

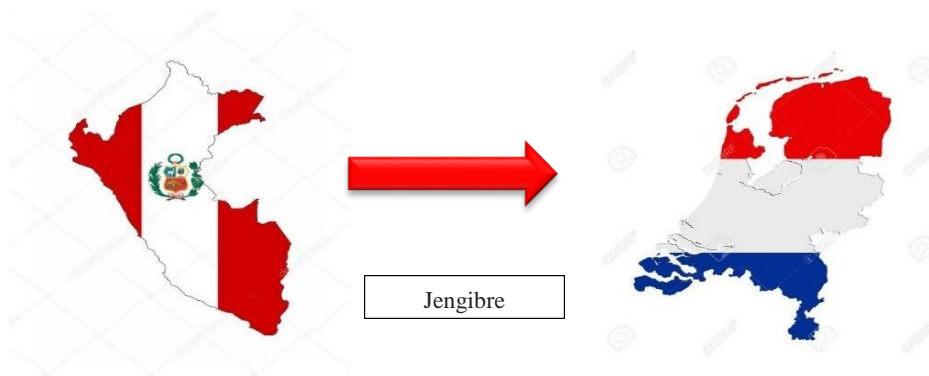
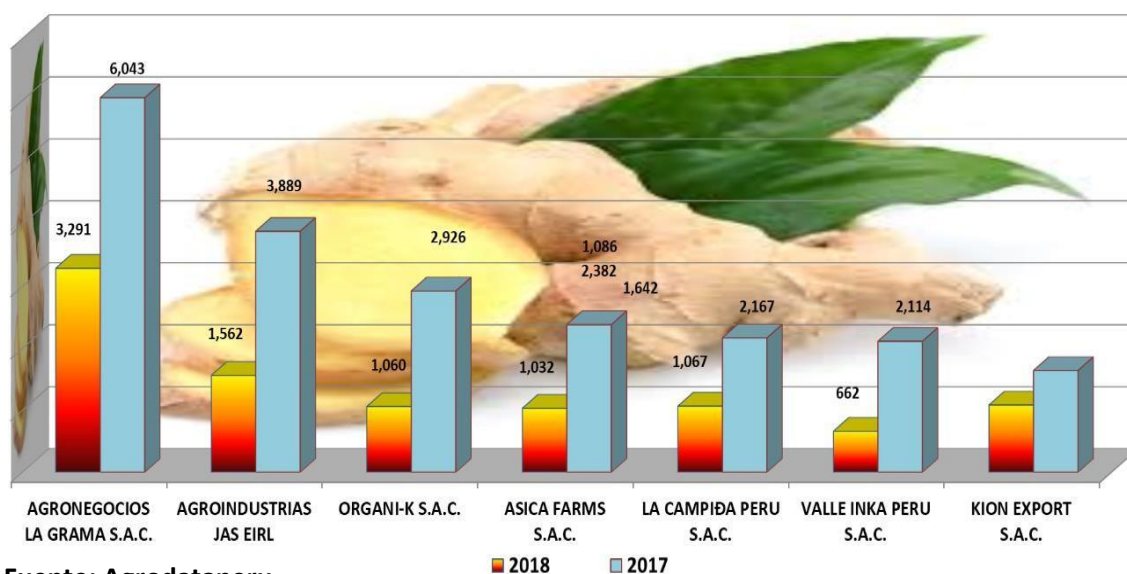


Figura N°022: Exportación de jengibre.

EMRESAS EXPORTADORAS DE JENGIBRE - FOB

US\$ MILES EN EL 2017 VS 2018



Fuente: Agroataperu

Elaborado por: Equipo de trabajo

Gráfico N°022: Empresas Exportadoras del jengibre.

Interpretación

A julio del 2008 Agronegocios la grama SAC lidera las exportaciones con U\$3.3 millones.

Exportaciones de Perú para el Mundo – Jengibre

2015				2016				2017			
Nº	País de Destino	FOB (dólares)	Partic. %	Nº	País de Destino	FOB (dólares)	Partic. %	Nº	País de Destino	FOB (dólares)	Partic. %
1	US - UNITED STATES	162,209.85	45.38	1	NL - NETHERLANDS	450,578.62	47.60	1	NL - NETHERLANDS	232,616.75	41.92
2	NL - NETHERLANDS	83,542.39	23.37	2	US - UNITED STATES	128,693.63	13.59	2	US - UNITED STATES	90,812.95	16.36
3	ES - SPAIN	31,575.00	8.83	3	CL - CHILE	106,301.00	11.23	3	AR - ARGENTINA	71,148.94	12.82
4	IN - INDIA	28,700.00	8.03	4	AR - ARGENTINA	58,203.48	6.15	4	CL - CHILE	57,250.74	10.32
5	CL - CHILE	17,066.40	4.77	5	CA - CANADA	58,029.00	6.13	5	ES - SPAIN	48,183.84	8.68
6	LV - LATVIA	16,836.23	4.71	6	ES - SPAIN	55,306.94	5.84	6	CO - COLOMBIA	17,665.00	3.18
7	CO - COLOMBIA	11,460.00	3.21	7	LV - LATVIA	53,474.61	5.65	7	GB - UNITED KINGDOM	16,720.44	3.01
8	AR - ARGENTINA	2,662.80	0.75	8	BR - BRAZIL	24,600.00	2.60	8	BR - BRAZIL	16,236.59	2.93
9	MX - MEXICO	2,000.00	0.56	9	IT - ITALY	5,609.41	0.59	9	DO - DOMINICAN REPUBLIC	2,294.20	0.41
10	ZA - SOUTH AFRICA	1,368.45	0.38	10	CO - COLOMBIA	5,075.00	0.54	10	MX - MEXICO	2,000.00	0.36
11	OTROS DESTINOS	0.1	0.00	11	OTROS DESTINOS	806.6	0.08	11	OTROS DESTINOS	0	0.00

Fuente: SUNAT

Elaborado por: Equipo de trabajo

Tabla N°020: Exportación de Perú para el Mundo – Jengibre.

Interpretación:

Se muestra que Perú tiene la mayor Exportación de jengibre al país de Holanda, con una participación de 47.60% en el año 2016, la cual tuvo una disminución del 41.92% en el año 2017 del valor FOB. En segundo lugar, esta Estados Unidos con un incremento de 13.59% en el año 2016, a 16.36% en el año 2017. En tercer lugar, esta Argentina ya que en el 2017 tuvo una participación de 12.82% del valor FOB.

1.4.2. Proyección de la Demanda con Información Primaria

DEMANDA

Crec. PBI USA	3.00%
Tasa Inflación	3.00%
Imp. Renta	30%
IGV	18%
Tipo cambio	3.30

1) CALCULO DE LA PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

a) MERCADO POTENCIAL

<i>POBLACION LOS ANGELES</i>	3,976,000
% MUJERES	53.00%
Mujeres de 15-34 años	35.0%

$\times Seg_1$

$\times Seg_2$

Información Secundaria

Cálculo de Mercado Potencial	737,548.0
------------------------------	-----------

fuelle: census

b) MERCADO DISPONIBLE

<i>Total Mercado Potencial</i>	737,548.0
--------------------------------	-----------

\times <i>Pregunta Filtro N° 7 - Encuesta</i>	98.00%
---	--------

Cálculo de M. Disponible	722,797.0
--------------------------	-----------

c) MERCADO EFECTIVO

<i>Total Mercado Disponible</i>	722,797.0
---------------------------------	-----------

\times <i>Pregunta Aceptación N° 12 - Encuesta</i>	95.00%
--	--------

\times <i>Pregunta Aceptación N° 4 - Encuesta</i>	92.00%
---	--------

Cálculo de M. Efectivo	631,724.6
------------------------	-----------

d)

MERCADO OBJETIVO

<i>Total Mercado Efectivo</i>	631,724.6
-------------------------------	-----------

\times <i>Participación Mercado (Max 5%)</i>	0.1%
--	------

Cálculo de M. Objetivo	316
------------------------	-----

personas q comprarian

Fuente: Propia

Elaborado por: Equipo de trabajo

Tabla N°021: Calculo de la demanda.

Frecuencia (Pregunta de la Encuesta)

%	Frecuencia		veces x Mes	Ponderacion
2%	8	MENSUAL	1	0.02
9%	34	2 VECES POR SEMANA	8	0.72
39%	149	3 VECES POR SEMANA	12	4.71
45%	170	DIARIO	30	13.42
5%	19	SEMANAL	1	0.05
100%	380			
		veces x Mes		18.91
		N° Meses al Año		12
		CPC= Total vec al Año		227

CALCULO DE LA DEMANDA PRESENTE

Años	Total de Habitantes	MP 18.55%	MD 98.00%	ME 87.400%	% Particip.	MO personas	CPC al año	Total Demanda
2019	3,976,000	737,548	722,797	631,725	0.1%	316	227.00	71,701

5,975.06

Crece al Ritmo del Pbi **3.00%**

Producto	%	2019	2020	2021	2022	2023
EXPO DE FILTRANTE DE OREGANO Y JENGIBRE	100%	71,701	73,852	76,067	78,349	80,700
	100%	71,701	73,852	76,067	78,349	80,700

Fuente: Propia

























Elaborado por: Equipo de trabajo

Tabla N°022: Calculo de la demanda referente.

1.4.3. Factores Estacionales Cosecha del orégano

Cuando las plantas están floreciendo, se puede observar las hojas secas.

Luego de esto deberá cortar unos centímetros, al año se cosecha dos veces, la primera será en primavera y la segunda en verano.













Departamento	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC
Junín												
Moquegua												
Tacna												
Arequipa												

Fuente: MINAGRI

Figura N°023: Meses de Cosecha – Orégano.

Cosecha del jengibre

Actualmente se produce jengibre de las más alta calidad ya sea para el consumo nacional como para la exportación en la selva central, exactamente los distritos que más se produce dicho producto son Pichanaki, Perene, San Ramón, que pertenecen a la provincia de Chanchamayo en el departamento de Junín.

JUNIN	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
PICHANAQUI												
PERENE												

Elaborado por: Equipo de trabajo

Figura N°024: Meses de Cosecha – Jengibre.

1.5. Estudio de la Oferta, Análisis Cuantitativo y Cualitativo

1.5.1. Identificación y Análisis de la Competencia

Se toma en consideración a las empresas exportadoras de productos sustitos al nuestro, al mercado de Estados Unidos.

Empresa	Participación	Mercado
CGS GENERAL DISTRIBUTION S.A.C.	44%	República checa, Estados Unidos.
ECOANDINO S.A.C.	27%	Reino Unido, Alemania, Países bajos, Singapur, Estados Unidos, Suecia.
ALGARROBOS ORGANICOS DEL PERU S.A.C.	18%	República checa, Estados Unidos. Australia, Austria.
TIANSI PERU S.A.C.	11%	Ecuador y Bolivia.

Fuente: Siicex (Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior)

Elaborado por: Equipo de trabajo

Tabla N°023: Identificación de la competencia de empresas exportadoras peruanas.

N °	MARCAS DE TÉ FILTRANTES COMERCIALIZADAS EN ESTADOS UNIDOS
1	LIPTON
2	ARIZONA
3	PICKWICK
4	ENGLISH TEA SHOP
5	LORD NELSON TEA
6	HARNEY & SONS
7	CELESTIAL SEASONINGS

Fuente: Trade Map // Quiminet.com (Información de negocios)

Elaborado por: Equipo de trabajo

Tabla N°024: Identificación de la competencia de empresas posicionadas en el mercado de destino.

1.5.2. Productos Sustitutos y Complementarios

En Los Ángeles - Estado de California existe una variedad de infusiones, las cual, si bien es cierto no combaten los cólicos menstruales, se consumen ya que se encuentran posicionadas en el mercado las cuales son: Teavana, English Tea Shop, Harney y sons, Celestial seasonings. Estos se constituyen como productos sustitutos al no poseer las mismas propiedades que el nuestro. Generalmente, deben ser complementados con alguna pastilla o analgésico para el consumo, además que no cubren la misma necesidad ni genera el mismo grado de satisfacción.

Es una de las infusiones más conocidas, debido a que se distribuye especialmente en Starbucks, sin embargo, no es tan accesible debido a su elevado costo.



Fuente: Teavana

Figura N°025: Infusiones Teavana.

Esta es una infusión es bastante consumida en los Estados Unidos de América, ya que es un relajante al consumirse, usualmente suele acompañarse de alguna pastilla.



Fuente: English tea shop

Figura N°026: Infusiones English tea shop.

El té negro es ideal para tener un día lleno de energía debido a su contenido de cafeína pero el consumo excesivo de cafeína puede causar problemas en nuestro sistema digestivo como: irritación, malestar o acidez, asimismo puede provocar ansiedad.



Fuente: Harney y sons

Figura N°027: Infusiones Harney y sons.

El té verde es ideal para adelgazar, ayuda a estar más concentrados y es saludable hasta para los dientes, lo cual se recomienda beber constantemente. Sin embargo, todo en exceso es malo, lo cual puede ocasionar los siguientes: indigestión o estreñimiento, nerviosismo incluso hasta taquicardia.



Fuente: Green Tea

Figura N°028: Infusiones Green Tea.

En los Estados Unidos de América existe una pastilla generalizada, la cual, si bien no ha sido realizada para combatir los cólicos menstruales, alivia relativamente el malestar, la cual se complementa con las infusiones ya mencionadas líneas arriba.



Fuente: Pastilla Menstrual complete

Figura N°029: Pastilla Menstrual complete.

1.5.3. Análisis de Precio

Factores que Influyen en precios del negocio

Para poder definir el precio del producto se tiene que tener en cuenta los siguientes factores.

✓ FACTORES INTERNOS

La escasez del producto

Es difícil que con respecto al jengibre y al orégano se presente escasez ya que ambas materias primas son producidas todo el año.

Clima de Producción

En relación al clima de la producción del orégano esta es cálida y la producción se da todo el año, el orégano de mejor calidad se obtiene de la región Tacna.

En relación al clima de la producción del jengibre esta es tropical y la producción se da todo el año, el jengibre de mejor calidad se obtiene de Pichanaki.

Plagas

Las principales plagas para el orégano es un hongo perteneciente a la familia Pythiaceas, el cual provoca una necrosis a nivel cuello y raíces del cultivo.

En relación al jengibre la principal plaga es Marchitamiento bacteriano *Pseudomonas solanacearum*, la cual es sumamente agresiva y en tres o cuatro días el follaje se vuelve café y termina por destruir la planta.

✓ FACTORES EXTERNOS

La economía

La economía del país es muy importante para definir el precio del producto, debido a que es necesario tomar en cuenta la inflación y la estabilidad financiera del país exportador e importador.

Cambio de divisas

Este factor puede afectar el precio de nuestros filtrantes debido al tipo a la devaluación de la moneda extranjera con nuestra moneda nacional, lo que repercutirá en el análisis y fijación de nuevos precios a fin de no vernos perjudicados con nuestras ventas.

Fijación del Precio del Mercado

En la fijación del precio del Mercado de nuestro producto, tenemos que tener en cuenta los costos.

DESIGNACIÓN	COSTO UNI.	UNID. DE MEDIDA
1 Kg de hojas secas de orégano	S/. 10,00	KILOGRAMOS
1 Kg de jengibre deshidratado	S/. 8,00	KILOGRAMOS
Envases y Etiquetados c/u de cajas	S/. 0,10	UNID
Cajas de exportación	S/. 0,13	UNID
PRECIO VENTA UNITARIO	USD 1.98	

Elaborado por: Equipo de trabajo

Tabla N°025: Fijación del precio de mercado acorde a la variedad.

1.6. Balance Demanda – Oferta

1.6.1. Cálculo de la Demanda Potencial Insatisfecha

En el análisis de nuestra demanda insatisfecha, estamos considerando aquellos consumidores que por algún motivo tienen dificultades en consumir infusiones de hierbas, frutas o café, debido a que están en algún tratamiento médico o tienen problemas de salud que nos les permite consumirlo.

Debido a que nuestro producto es 100% natural y no contiene teatina o cafeína que a veces generan contraindicaciones en los consumidores.

1.6.2. Proyección de las ventas y Participación de Mercado

La proyección de nuestras ventas se realizará con respecto a la cantidad de unidades demandadas (envases) por el mercado objetivo.

PROYECCIÓN DE VENTAS DE 2019 AL 2023					
AÑOS	2019	2020	2021	2022	2023
Envases	Unidad	Unidad	Unidad	Unidad	Unidad
TOTAL	71712	73860	76080	78360	80712

Elaborado por: Equipo de trabajo

Tabla N°026: Proyección de las ventas y participación de Mercado (unidad).

Tasa de Cambio:	3.3
------------------------	-----

PROYECCIÓN DE VENTAS 2019												
PRODUCTO	ENER	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
INFUSION DE OREGANO Y JENGIBRE	5976	5750	5982	4976	5980	3976	6250	6976	5925	5972	5973	7976

PROYECCIÓN DE VENTAS 2020												
PRODUCTO	ENER	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
INFUSION DE OREGANO Y JENGIBRE	6155	5923	6161	5125	6159	4095	6438	7185	6103	6151	6152	8213

PROYECCIÓN DE VENTAS 2021												
PRODUCTO	ENER	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
INFUSION DE OREGANO Y JENGIBRE	6340	6105	6345	5280	6345	4220	6630	7400	6285	6335	6335	8460

PROYECCIÓN DE VENTAS 2022												
PRODUCTO	ENER	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
INFUSION DE OREGANO Y JENGIBRE	6530	6288	6535	5438	6535	4347	6828	7622	6475	6525	6524	8713

PROYECCIÓN DE VENTAS 2023												
PRODUCTO	ENER	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
INFUSION DE OREGANO Y JENGIBRE	6725	6475	6730	5605	6730	4475	7035	7850	6670	6720	6720	8977

PROYECCIÓN DE VENTAS DE 2019 AL 2023					
AÑOS	2019	2020	2021	2022	2023
Envases	Unidad	Unidad	Unidad	Unidad	Unidad
TOTAL	71712	73860	76080	78360	80712

Elaborado por: Equipo de trabajo

Tabla N°027: Detalle de la Proyección de las ventas y participación de Mercado (unidad).

CAPITULO 2

PLAN DE MARKETING

2.1. Estrategia General de Marketing

Antes de establecer las estrategias generales del marketing a emplear debemos tener en consideración en análisis FODA de nuestra empresa.

2.1.1. Análisis FODA

<p><u>FORTALEZAS</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Es un producto medicinal y 100% natural. • La materia prima se produce todo el año. • Los costos bajos en adquisición de nuestra materia prima. • Oficinas administrativas cercanas al puerto/ aeropuerto de Callao. • Talento administrativo con Formación especializada. 	<p><u>DEBILIDADES</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Poca experiencia en mercados internacionales. • La falta de una fuerza de ventas para agrandar la cartera de clientes internacionales. • Nuestra empresa es nueva en el mercado. • Las ventas se realizan a través de un distribuidor, por lo cual el margen de ganancias se reduce. • Recursos financieros limitados.
<p><u>OPORTUNIDADES</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Gran demanda de consumo de infusión en los Estados Unidos de América. • Aprovechamiento de los tratados de libre con Estados Unidos de América. • Participación en Ferias Internacionales. 	<p><u>AMENAZAS</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Factores climatológicos que se podrían dar, considerando las plagas y otras enfermedades a nuestra materia prima. • Competencia extranjera, se tendrá que compartir el mercado. • Empresas de infusiones ya

<ul style="list-style-type: none"> • Posicionamiento a otros mercados. • Ofrecer nuevos productos. 	<p>posicionadas en USA.</p> <ul style="list-style-type: none"> • China es el principal país exportador de infusiones a EEUU • Barreras para el comercio exterior.
--	---

Elaborado por: Equipo de trabajo

Tabla N°028: Análisis FODA.

2.1.2. Matriz DAFO

Presentamos la Matriz DAFO, esta matriz tiene por finalidad elaborar estrategias efectivas para conseguir nuestros objetivos.

MATRIZ DAFO CRUZADO	FORTALEZAS - F	DEBILIDADES - D
	<p>F1 Es un producto medicinal y 100% natural.</p> <p>F2 La materia prima se produce todo el año.</p> <p>F3 Los costos bajos en adquisición de nuestra materia prima.</p> <p>F4 Oficinas administrativas cercanas al puerto/aeropuerto de Callao.</p> <p>F5 Talento administrativo con formación especializada.</p>	<p>D1 Poca experiencia en mercados internacionales.</p> <p>D2 La falta de una fuerza de ventas para agrandar la cartera de clientes internacionales.</p> <p>D3 Nuestra marca no es reconocida.</p> <p>D4 Las Ventas se realizan a través de un distribuidor, por lo cual el margen de ganancias se reduce.</p> <p>D5 Recursos financieros limitados.</p>
OPORTUNIDADES - O	ESTRATEGIAS - FO	ESTRATEGIAS - DO
<p>O1 Gran demanda de consumo de infusión en los Estados Unidos de América.</p> <p>O2 Aprovechamiento de los tratados de libre con Estados Unidos de América.</p> <p>O3 Participación en Ferias Internacionales.</p> <p>O4 Posicionamiento a otros mercados internacionales.</p>	<p>F1-O4 Resaltar las bondades de nuestro producto y buscar nuevos mercados.</p> <p>F5-O3 Capacitar a nuestro personal para asistir a las ferias internacionales y captar más clientes.</p> <p>F2-O1 Abastecer el mercado americano con nuestro producto durante todo el año.</p>	<p>D3-O3 Dar a conocer nuestra marca en diferentes ferias internacionales y así entablar lazos con posibles nuevos clientes.</p> <p>D5-O4 Abarcar nuevos mercados y así obtener mayores utilidades, lo cual nos permitirá tener solvencia económica.</p>

O5 Ofrecer nuevos productos.	F3-O2 Ofrecer productos a un precio que pueda competir en el mercado, aprovechando los tratados comerciales con Estados Unidos.	D1-O2 Aprovechar la información que se brinda en las distintas entidades del estado con respecto a los TLC y así adquirir mayor conocimiento.
AMENAZAS - A	ESTRATEGIAS – FA	ESTRATEGIAS - DA
<p>A1 Factores climatológicos que se podrían dar, considerando las plagas y otras enfermedades a nuestra materia prima.</p> <p>A2 Competencia extranjera, se tendrá que compartir el mercado.</p> <p>A3 Empresas de infusiones ya posicionadas en EEUU</p> <p>A4 China es el principal país exportador de infusiones a Estados Unidos de América.</p> <p>A5 Barreras para el comercio exterior.</p>	<p>A1-F2 Buscar otros proveedores suplentes en la región que suministran nuestra materia prima.</p> <p>A2- F1 Resaltar las propiedades medicinales de nuestro producto en comparación a la competencia.</p> <p>F3-A3 Ofrecer un producto a un precio que permita competir con las empresas ya posicionadas en el mercado.</p>	<p>D1-A2 Realizar un benchmarking del mercado destino, el cual nos permita conocer las mejores prácticas de la competencia par a aplicarlas en nuestra empresa.</p> <p>D3-A4 Promocionar nuestra marca resaltando la calidad de nuestra materia prima en comparación a las otras ofrecidas en el mercado. Ya que el jengibre peruano es el mejor.</p>

Elaborado por: Equipo de trabajo

Tabla N°029: Matriz DAFO.

2.1.3. Matriz EFE

En la matriz EFE que se realizara se evaluara puntos externos de la organización, esto tendrá como objetivo sintetizar las oportunidades y amenazas que puedan dañar en gran escala a la empresa ECK.

Para diseñar apropiadamente la matriz, se tuvo que realizar una selección de las oportunidades y amenazas conseguidas en el análisis externo, y se priorizó de acuerdo con el conocimiento del grupo de ECK.

Asimismo, se concluye que se identificaron 5 amenazas y 5 oportunidades más relevantes para para ECK las cuales son las siguientes:

FACTORES EXTERNO CLAVES		IMPORTANCIA DE PONDERACION	CLASIFICACION EVALUACION	VALOR
OPORTUNIDADES(5 Y 10 factores)				
1	Gran demanda de consumo de infusión en los EE.UU.	10%	4	0.4
2	Aprovechamiento de los tratados de libre con EE.UU.	10%	3	0.3
3	Participación en Ferias Internacionales.	15%	2	0.3
4	Posicionamiento a otros mercados internacionales.	5%	2	0.1
5	Ofrecer nuevos productos	10%	3	0.3
AMENAZAS (5 Y 10 factores)				
1	Factores climatológicos que se podrían dar, considerando las plagas y otras enfermedades a nuestra materia prima.	10%	2	0.2
2	Competencia extranjera, se tendrá que compartir el mercado Internacional.	20%	3	0.6
3	Empresas de infusiones ya posicionadas en los EE.UU.	10%	4	0.4
4	China es el principal país exportador de infusiones a Estados Unidos de América	5%	4	0.2
5	Barreras para el comercio exterior.	5%	1	0.05
TOTAL		100%		2.85
Nota:		Se evaluo la estrategia de 1 a 4 en relacion a ese factor, 4 siendo la respuesta superior, 3 respuesta mayor al promedio, 2 la respuesta es el promedio y 1 respuesta deficiente.		
		La evaluacion se base en la organización		

El resultado mínimo posible es 1 y el máximo es 4. el promedio es 2.5

Balance Positivo

Elaborado por: Equipo de trabajo

Tabla N°030: Matriz EFE.

El resultado de nuestro análisis indica que tenemos un balance positivo con un 2.85, la cual nos indica que nuestras oportunidades son aprovechadas correctamente y se reduce al mínimo las amenazas.

2.1.4. Matriz EFI

En la matriz EFI que se realizara se evaluara puntos internos de la organización, esto tendrá como objetivo sintetizar las debilidades y fortalezas que puedan dañar en gran escala el funcionamiento de la empresa ECK.

Para diseñar apropiadamente la matriz, se tuvo que realizar una selección de las debilidades y fortalezas conseguidas en el análisis interno, y se priorizó de acuerdo con el conocimiento del grupo de ECK.

Asimismo, se concluye que se identificaron 5 debilidades y 5 fortalezas más relevantes para ECK las cuales son las siguientes:

FACTORES INTERNOS CLAVES		IMPORTANCIA DE PONDERACION	CLASIFICACION EVALUACION	VALOR
FORTALEZAS(5 Y 10 factores)				
1	Es un producto medicinal y 100% natural.	20%	4	0.8
2	La materia prima se produce todo el año.	5%	3	0.15
3	Los costos bajos en adquisición de nuestra materia prima.	5%	3	0.15
4	Oficinas administrativas cercanas al puerto/ aeropuerto de Callao.	10%	3	0.3
5	Talento administrativo con formación especializada.	10%	4	0.4
DEBILIDADES (5 Y 10 factores)				
1	Poca experiencia en mercados internacionales.	10%	2	0.2
2	La falta de una fuerza de ventas para agrandar la cartera de clientes internacionales.	20%	2	0.4
3	Nuestra marca no es reconocida.	10%	1	0.1
4	Las Ventas se realizan a través de un distribuidor, por lo cual el margen de ganancias se reduce.	5%	1	0.05
5	Recursos financieros limitados.	5%	2	0.1
TOTAL		100%		2.65
Nota: Se evaluo la estrategia de 1 a 4 en relacion a ese factor, 4 respuesta superior, 1 respuesta inferior				
La evaluacion se base en la organización				
La fortaleza se evaluan entre 3 y 4 y las debilidades 1 o 2				

El resultado minimo posible es 1 y el maximo es 4. el promedio es 2.5

Balance Positivo

Elaborado por: Equipo de trabajo

Tabla N°031: Matriz EFI.

El resultado de nuestro análisis indica que tenemos un balance positivo con un 2.65, la cual nos indica que nuestra empresa se encuentra en una posición sólida para poder competir.

2.2. Marketing Mix

2.2.1. Producto

Nuestra infusión de Orégano y Jengibre es elaborada mediante hojas secas de orégano y jengibre deshidratado, es un producto 100% natural cuya finalidad es disminuir los malestares generados por el periodo menstrual y ayuda a la digestión del consumidor.

La presentación de nuestro producto será una caja de cartón que contiene 20 unidades de infusión con un peso de 2 gramos.

Nuestro producto tiene un gran valor medicinal que contribuye a la mejora de la salud de nuestros consumidores

Nuestro producto se enfocará en brindar conocimiento al consumidor de los beneficios que tendrá consumiendo nuestro producto tales como:

- Ayuda a aliviar los cólicos menstruales
- Ayuda a combatir la dismenorrea
- Desinflama el abdomen
- Alivia los vómitos y las náuseas
- Ayuda a disminuir el dolor estomacal vinculado con el periodo menstrual
- Disminuir las dolencias de las artritis.
- Disminuye el dolor de los dientes.
- Ayuda a corregir la digestión.
- Combate la sinusitis
- Rico en antioxidantes, ayudando a disminuir el envejecimiento.

2.2.2. Precio

- **Liderazgo en Costo:**

Nuestro producto tiene un precio competitivo en relación al mercado, esto gracias a las relaciones comerciales que entablamos con nuestros proveedores, los mismos que nos ofrecen precios menores sin descuidar la calidad de las materias primas. Lo cual no brinda una gran ventaja frente a nuestros competidores.

- **Diferenciación del producto:**

FEMS, es un digestivo femenino, enfocado en mejorar los malestares generados por el periodo menstrual y los problemas digestivos femeninos que se puedan presentar de manera diaria.

Cabe señalar que nuestro producto está enfocado a mujeres entre las edades de 15 hasta 34 años.

2.2.3. Plaza

- **Penetración de Mercado:**

Nuestro producto para poder posicionarse se establecerá alianzas estratégicas con los clientes potenciales del producto en el país destino, ya que para iniciar se está enviando directamente a un distribuidor.

Asimismo, para poder expandir nuestro mercado se realizará ventas vía online, nuestros consumidores estadounidenses están acostumbrados a realizar sus compras vía internet, por lo cual esta herramienta nos ayudará a dar a conocer nuestro producto más fácilmente.

2.2.4. Promoción

- Se establecerán descuentos y promociones según las ventas obtenidas los meses anteriores, ya que el estadounidense está acostumbrado a consumir las infusiones todos los días del año por ser un producto 100% natural, esta medida favorecerá notablemente a la empresa.

Asimismo; la participación en ferias internacionales nos permitirá hacer conocer mejor nuestro producto y la búsqueda de clientes potenciales.

FERIA		FECHA	CIUDAD	COSTO DE PARTICIPACION
Ficha técnica Natural Products Expo West		Del martes 5 al sábado 9 marzo 2019	Estados Unidos-California	Rango \$1500.00 a \$2500.00 dólares americanos
BioFach America		Del 12 al 14 septiembre 2019	Estados Unidos-Baltimore, Maryland	Rango \$1600 a \$2500 dólares americanos
NATURAL PRODUCTS EXPO EAST 2019		Del 11 al 14 de septiembre del 2019	Estados Unidos-Baltimore, Maryland	Rango \$1500 a \$2500 dólares americanos

Elaborado por: Equipo de trabajo

Tabla N°032: Ferias en Los Ángeles, California USA.

2.3. Análisis PEST

Para realizar el Análisis PEST se toman en consideración los siguientes elementos que son los siguientes:

- ✓ Políticos
- ✓ Económicos
- ✓ Sociales-Culturales
- ✓ Tecnológicos.

Estos elementos influyen en las decisiones que la empresa tomará, se procederá a detallar cada aspecto según lo siguiente:

- **Aspecto Político**

En el Perú aproximadamente en los años 1993, se ha distinguido por ser un gobierno con bastantes carencias, en esos tiempos imperaba el autoritarismo e inestabilidad política.

Algunos de los sectores de la población eran excluidos políticamente como es la población rural, los indígenas, entre otras.

En el 2016, durante el gobierno del expresidente Pedro Pablo Kuczynski, se generó una inestabilidad política ya que hubo una serie de eventos donde involucraban al presidente en hechos incriminatorios, por lo cual hubo una fractura total del estado.

El actual presidente Martín Vizcarra logró en pocos meses estabilizar al país, por lo cual los inversionistas extranjeros y nacionales apuestan por invertir en el Perú nuevamente.

La estabilidad en un país genera confianza para los inversores y esto conlleva al crecimiento del mismo.

- **Aspecto Económicos**

El Perú ha mostrados indicadores positivos en la economía, tales como el sostenimiento del crecimiento del PBI, la disminución de la inflación, entre otras.

Cabe señalar que estos indicadores no han tenido inferencia en la disminución de la pobreza, un problema fundamental del Perú es la pobreza.

Las siguientes regiones más alta pobreza son:

- ✓ **Sierra Central**

- Huancavelica
- Huánuco
- Apurímac
- Ayacucho
- Cajamarca
- Cusco
- Puno

- ✓ **Selva**

- Amazonas
- Loreto
- Ucayali

En lima los porcentajes de pobreza son mínimas, esto oculta el hecho de la pobreza en otros departamentos en forma global.

Nuestro Actual presidente Martín Vizcarra indico en el 2017, que el desarrollo económico fue de 2.5%, lo que involucró un aumento en la pobreza, en el mes de abril se tuvo un inicio de 7%, y el año 2018 se tiene la expectativa de un

incremento del 3.7% o 3.8%.

Cabe señalar que nuestro país está en vías de desarrollo, ya que el peruano es emprendedor y gracias al esfuerzo común de todos los peruanos el país podrá seguir creciendo de forma favorable.

- **Aspecto Sociales-Culturales**

El estado peruano se ha comprometido en garantizar educación de calidad de forma integral, enfocada al trabajo y cultura, haciendo hincapié a los valores morales de cada persona.

El Perú ha incrementado la tasa de matrículas durante las últimas décadas. Asimismo; hubo una reducción en los gastos por alumnos de manera considerable.

Esto trajo consigo que la eficacia en la enseñanza bajara, y esto se muestra en los diferentes exámenes realizados a los alumnos.

Cabe mencionar que respecto al sector de la salud se pueden indicar que:

- **Mortalidad en la niñez** (de 68 por cada 100.000 habitantes)
- **Mortalidad maternal** (185-168 muertes por cada 100,000 nacidos vivos)

Estos 2 indicadores disminuyeron durante la última década, las cifras son altas y con las proyecciones actuales que se muestran no lograrán los objetivos deseados.

- **Aspecto Tecnológicos**

En el aspecto tecnológico se muestra una escasez en los recursos y la falta de apoyo del gobierno tiempos pasado, el Perú al transcurrir el tiempo ha logrado desarrollarse poco a poco.

En la actualidad existen compañías peruanas que deciden invertir en equipos tecnológicos y en sus infraestructuras tecnológicas, ya que ahora las personas entienden que los aspectos tecnológicos son muy beneficiosos para expandirse.

Si seguimos invirtiendo en tecnología, el Perú tendrá grandes beneficios si se aplica las estrategias adecuadas con la ayuda del gobierno peruano, para el beneficio de todos los ciudadanos del Perú.

MATRIZ DE COMPARACION DE PROVEEDORES DE OREGANO

1. Pondera los criterios a tener en cuenta
2. Indica cuales son los proveedores a comprar
3. Valoracion a proveedores
4. Resultados

PONDERACION DE PROVEEDORES

1. PONDERACION DE LOS CRITERIOS A TENER EN CUENTA EN LA VALORACION

Total ponderaciones **100%** Ponderacion completa

ASPECTO TECNICOS

Calidad del oregano	25%
Capacidad tecnica del proveedor	5%
Calidad certificada ISO o similar	9%
Capacidad de adaptacion	5%
Pasos de entrega	10%
Total aspectos tecnicos	54%

ASPECTOS COMERCIALES Y ECONOMICOS

Precios	22%
Formas y plazos de pago	3%
Servicio postventa	2%
Garantias	0%
Total aspe. Comer. Eco.	27%

ASPECTOS EMPRESARIALES

Estabilidad del Proveedor	2%
Proximidad	3%
Facilidad de entendimiento	3%
Importancia como cliente	3%
Referencia de terceros	8%
Total aspectos empresariales	19%

2. IDENTIFICACION DE LOS PROVEEDORES A COMPRAR

DATOS	PROVEEDORES
A	Asociacion de productores Agropecuarios Multiples de Yabroco Porfirio Chambe Susapaya - Tarata
B	Asociacion de productores de oregano muralla de huanuara. Emigdio Mamani Calizaya - Huanuara Candarave.
C	Asociacion de productores 06 de noviembre de Yarabamba. Jawel Condon Gutierrez - Yarabamba - Candarave
D	Asociacion de productores agrarios de susapaya ASPASU. Melecio Choque Quispe Susapaya - Tarata.

3. VALORACION DE LOS PROVEEDORES

Instrucciones: Valora de 1 (minimo) y 5 (maximo) las ofertas y características de cada proveedor.
Introduce el valor en las celdas amarillas.

ASPECTOS TECNICOS	A	B	C	D
Calidad del producto/ Servicio	4	2	3	4
Capacidad tecnica	3	3	3	3
Calidad certificada (ISO o similar)	3	1	2	0
Capacidad de adaptacion	2	1	2	4
Plazos de entrega	4	3	3	1
	16	10	13	12

ASPECTO COMERCIALES Y ECONOMICO	A	B	C	D
Precios	4	2	3	4
Formas y plazos de pago	5	4	3	2
Servicio postventa	3	3	2	2
Garantias	3	3	2	2
	15	12	10	10

ASPECTOS EMPRESARIALES	A	B	C	D
Estabilidad del proveedor	4	3	3	3
Proximidad	4	3	3	1
Facilidad de entendimiento	2	3	2	4
Importancia como cliente	3	2	4	2
Referencias de terceros	3	3	2	1
	16	14	14	11

4. RESULTADO DE LA COMPARACION

RESULTADO	ASPECTOS TECNICOS	ASPECTOS COMER. Y ECON.	ASPECTOS EMPRESARIA LES	TOTAL	POSICION
Asociacion de productores Agropecuarios Multiples de Yabroco Porfirio Chambe Susapaya - Tarata	1.92	1.09	0.59	3.6	1
Asociacion de productores de oregano muralla de huanuara. Emigdio Mamani Calizaya - Huanuara Candarave.	1.09	0.62	0.54	2.25	4
Asociacion de productores 06 de noviembre de Yarabamba. Jawel Condon Gutierrez - Yarabamba - Candarave	1.48	0.79	0.49	2.76	3
Asociacion de productores agrarios de susapaya ASPASU. Melecio Choque Quispe Susapaya - Tarata.	1.45	0.98	0.35	2.78	2

EL RESULTADO FINAL DE LA MATRIZ DE PONDERACION NUESTRO PROVEEDOR DE OREGANO DESHIDRATADO ES :

A	Asociacion de productores Agropecuarios Multiples de Yabroco Porfirio Chambe Susapaya - Tarata
----------	--

Elaborado por: Equipo de trabajo

Tabla N°033: Ponderación de proveedores de orégano.



Es una empresa dedicada a la producción y exportación el para el mercado nacional e internacional, con un nivel de calidad.

También cuentan con tecnología de punta y plantas industriales especializadas para el procesamiento.

- 23 años en el mercado.
- Cuenta con 10 hectáreas.
- Certificación de la Norma Buenas Prácticas de Manufactura y Gestión SGS BPMG:2009 y Certificación de Autorización Sanitaria de Establecimiento dedicado al Procesamiento Primario de Alimentos Agropecuarios y Piensos N° 000002-MINAGRI-SENASA-TACNA.



MATRIZ DE COMPARACION DE PROVEEDOR DE JENGIBRE

1. Pondera los criterios a tener en cuenta
2. Indica cuales son los proveedores a comprar
3. Valoracion a proveedores
4. Resultados

PONDERACION DE PROVEEDORES

1. PONDERACION DE LOS CRITERIOS A TENER EN CUENTA EN LA VALORACION

Total ponderaciones **100%** Ponderacion completa

ASPECTO TECNICOS

Prestigio	15%
Capacidad tecnica	5%
Calidad certificada ISO o similar	5%
Capacidad de adaptacion	4%
Plazos de recepcion	10%
Total aspectos tecnicos	39%

ASPECTOS COMERCIALES Y ECONOMICOS

Precios	10%
Formas y plazos de pago	15%
Servicio postventa	2%
Garantias	0%
Total aspe. Comer. Eco.	27%

ASPECTOS EMPRESARIALES

Solidez en el mercado	15%
Proximidad al público	3%
Facilidad de entendimiento	3%
Importancia como importador	3%
Referencia de terceros	10%
Total aspectos empresariales	34%

2. IDENTIFICACION DE LOS PROVEEDORES A COMPRAR

DATOS	PROVEEDORES
A	Agronegocios la Grama S.A.C
B	Natural Green SAC
D	Jas SAC

3. VALORACION DE LOS PROVEEDORES

Instrucciones: Valora de 1 (mínimo) y 5 (máximo) las ofertas y características de cada proveedor.
Introduce el valor en las celdas amarillas.

ASPECTOS TECNICOS	A	B	C
Calidad del producto/ Servicio	2	5	3
Capacidad técnica	3	4	3
Calidad certificada (ISO o similar)	3	1	2
Capacidad de adaptación	2	3	2
Plazos de entrega y distribución	3	4	3
	13	17	13

ASPECTO COMERCIALES Y ECONOMICOS	A	B	C
Precios	4	2	3
Formas y plazos de pago	3	5	3
Servicio postventa	3	4	3
Garantías	3	4	2
	13	15	11

ASPECTOS EMPRESARIALES	A	B	C
Estabilidad del proveedor	4	4	3
Proximidad	3	3	3
Facilidad de entendimiento	4	3	2
Importancia como cliente	3	3	4
Referencias de terceros	1	4	2
	15	17	14

4. RESULTADO DE LA COMPARACION

RESULTADO	ASPECTOS TECNICOS	ASPECTOS COMER. Y ECON.	ASPECTOS EMPRESARI ALES	TOTAL	POSICION
Agronegocios la Grama S.A.C	0.98	0.91	1	2.89	2
Natural Green SAC	1.52	1.03	1.27	3.82	1
Jas SAC	1.08	0.81	0.92	2.81	3

EL RESULTADO FINAL DE LA MATRIZ DE PONDERACION DE NUESTRO PROVEEDOR DE JENGIBRE

B	Natural Green SAC
----------	-------------------

Elaborado por: Equipo de trabajo

Tabla N°034: Ponderación de proveedores de jengibre.



Es una empresa dedicada a la producción de productos orgánicos entre ellos jengibre en todas sus presentaciones, abastecen al mercado nacional e internacional.

Cuentan con certificaciones a nivel internacional lo cual acredita que es un producto inocuo.

- 10 años en el mercado.
- Con 5 hectáreas.



MATRIZ DE COMPARACION DE IMPORTADOR (DISTRIBUIDOR) EN LOS ESTADOS UNIDOS

1. Pondera los criterios a tener en cuenta
2. Indica cuales son los proveedores a comprar
3. Valoracion a proveedores
4. Resultados

PONDERACION DE PROVEEDORES

1. PONDERACION DE LOS CRITERIOS A TENER EN CUENTA EN LA VALORACION

Total ponderaciones **100%** Ponderacion completa

ASPECTO TECNICOS

Prestigio	15%
Capacidad tecnica	5%
Calidad certificada ISO o similar	5%
Capacidad de adaptacion	4%
Plazos de recepcion	10%
Total aspectos tecnicos	39%

ASPECTOS COMERCIALES Y ECONOMICOS

Precios	10%
Formas y plazos de pago	15%
Servicio postventa	2%
Garantias	0%
Total aspe. Comer. Eco.	27%

ASPECTOS EMPRESARIALES

Solidez en el mercado	15%
Proximidad al publico	3%
Facilidad de entendimiento	3%
Importancia como importador	3%
Referencia de terceros	10%
Total aspectos empresariales	34%

2. IDENTIFICACION DE LOS PROVEEDORES A COMPRAR

DATOS	PROVEEDORES
A	RC Bigelow Inc
B	QTrade Teas &Herbs
D	TheRepublicof Tea

3. VALORACION DE LOS PROVEEDORES

Instrucciones: Valora de 1 (mínimo) y 5 (máximo) las ofertas y características de cada proveedor.
Introduce el valor en las celdas amarillas.

ASPECTOS TECNICOS	A	B	C
Calidad del producto/ Servicio	2	5	3
Capacidad tecnica	3	4	3
Calidad certificada (ISO o similar)	3	1	2
Capacidad de adaptacion	2	3	2
Plazos de entrega y distribucion	3	4	3
	13	17	13

ASPECTO COMERCIALES Y ECONOMICOS	A	B	C
Precios	4	2	3
Formas y plazos de pago	3	5	3
Servicio postventa	3	4	3
Garantias	3	4	2
	13	15	11

ASPECTOS EMPRESARIALES	A	B	C
Estabilidad del proveedor	4	4	3
Proximidad	3	3	3
Facilidad de entendimiento	4	3	2
Importancia como cliente	3	3	4
Referencias de terceros	1	4	2
	15	17	14

4. RESULTADO DE LA COMPARACION

RESULTADO	ASPECTOS TECNICOS	ASPECTOS COMER. Y ECON.	ASPECTOS EMPRESARI ALES	TOTAL	POSICION
RC Bigelow Inc	0.98	0.91	1	2.89	2
QTrade Teas &Herbs	1.52	1.03	1.27	3.82	1
TheRepublicof Tea	1.08	0.81	0.92	2.81	3

EL RESULTADO FINAL DE LA MATRIZ DE PONDERACION DE NUESTRO IMPORTADOR (DISTRIBUIDOR)

B	QTrade Teas &Herbs
----------	--------------------

Elaborado por: Equipo de trabajo

Tabla N°035: Ponderación del importador.

Interpretación:

Se realizó un análisis comparativo para elegir nuestro importador (distribuidor), por lo cual evaluamos los siguientes aspectos, aspectos técnicos, aspectos comerciales, aspectos económicos, aspectos empresariales, obteniendo los mejores puntajes del importador (distribuidor) **QTrade Teas&Herbs**.

MATRIZ DE COMPARACION DE AGENCIA DE ADUANAS

1. Pondera los criterios a tener en cuenta
2. Indica cuales son los proveedores a comprar
3. Valoracion a proveedores
4. Resultados

PONDERACION DE PROVEEDORES

1. PONDERACION DE LOS CRITERIOS A TENER EN CUENTA EN LA VALORACION

Total ponderaciones **100%** Ponderacion completa

ASPECTO TECNICOS

Calidad del servicio	25%
Capacidad tecnica del proveedor	4%
Calidad certificada ISO o similar	5%
Capacidad de adaptacion	3%
Pasos de entrega	10%
Total aspectos tecnicos	47%

ASPECTOS COMERCIALES Y ECONOMICOS

Precios	20%
Formas y plazos de pago	8%
Servicio postventa	2%
Garantias	0%
Total aspe. Comer. Eco.	30%

ASPECTOS EMPRESARIALES

Estabilidad del Proveedor	5%
Proximidad	10%
Facilidad de entendimiento	3%
Importancia como cliente	2%
Referencia de terceros	3%
Total aspectos empresariales	23%

2. IDENTIFICACION DE LOS PROVEEDORES A COMPRAR

DATOS	PROVEEDORES
A	ADUAEXPRESS SAC
B	ECO ADUANAS SAC
D	SC ZAVALA SAC AGENTE ADUANAS

3. VALORACION DE LOS PROVEEDORES

Instrucciones: Valora de 1 (mínimo) y 5 (máximo) las ofertas y características de cada proveedor.
Introduce el valor en las celdas amarillas.

ASPECTOS TECNICOS	A	B	C
Calidad del Servicio	5	3	3
Capacidad técnica	4	3	4
Calidad certificada (ISO o similar)	0	0	0
Capacidad de adaptación	2	1	2
Plazos de entrega	4	3	3
	15	10	12

ASPECTO COMERCIALES Y ECONOMICO	A	B	C
Precios	5	2	3
Formas y plazos de pago	4	4	3
Servicio postventa	3	2	2
Garantías	3	3	2
	15	11	10

ASPECTOS EMPRESARIALES	A	B	C
Estabilidad del proveedor	5	5	3
Proximidad	5	3	3
Facilidad de entendimiento	2	1	2
Importancia como cliente	2	4	3
Referencias de terceros	4	3	2
	18	16	13

4. RESULTADO DE LA COMPARACION

RESULTADO	ASPECTOS TECNICOS	ASPECTOS COMER. Y ECON.	ASPECTOS EMPRESARIA LES	TOTAL	POSICION
ADUAEXPRESS SAC	1.87	1.38	0.97	4.22	1
ECO ADUANAS SAC	0.95	0.78	0.75	2.48	3
SC ZAVALA SAC AGENTE ADUANAS	1.44	0.88	0.63	2.95	2

EL RESULTADO FINAL DE LA MATRIZ DE PONDERACION NUESTRA AGENCIA DE ADUANA ES:

A	ADUAEXPRESS SAC
---	-----------------

Elaborado por: Equipo de trabajo

Tabla N° 036: Ponderación de la agencia de aduana.

Interpretación:

Se realizó un análisis comparativo para elegir nuestra agencia aduanera, por lo cual evaluamos los siguientes aspectos, aspectos técnicos, aspectos comerciales, aspectos económicos, aspectos empresariales, obteniendo los mejores puntajes de la agencia aduanera **ADUAEXPRESS S.A.C.**

MATRIZ DE COMPARACION DE TRANSPORTE

1. Pondera los criterios a tener en cuenta
2. Indica cuales son los proveedores a comprar
3. Valoracion a proveedores
4. Resultados

PONDERACION DE PROVEEDORES

1. PONDERACION DE LOS CRITERIOS A TENER EN CUENTA EN LA VALORACION

Total ponderaciones **100%** Ponderacion completa

ASPECTO TECNICOS

Calidad del servicio	25%
Capacidad tecnica del proveedor	2%
Calidad certificada ISO o similar	5%
Capacidad de adaptacion	5%
Pasos de entrega	12%
Total aspectos tecnicos	49%

ASPECTOS COMERCIALES Y ECONOMICOS

Precios	17%
Formas y plazos de pago	6%
Servicio postventa	2%
Garantias	0%
Total aspe. Comer. Eco.	25%

ASPECTOS EMPRESARIALES

Estabilidad del Proveedor	5%
Proximidad	10%
Facilidad de entendimiento	3%
Importancia como cliente	3%
Referencia de terceros	5%
Total aspectos empresariales	26%

2. IDENTIFICACION DE LOS PROVEEDORES A COMPRAR

DATOS	PROVEEDORES
A	ARGOS TRANSPORTES Y SERVICIOS EIRL
B	SERVIMELSA
C	ALLISON CARGO EIRL
D	GHC LOGISTIC SAC

3. VALORACION DE LOS PROVEEDORES

Instrucciones: Valora de 1 (mínimo) y 5 (máximo) las ofertas y características de cada proveedor.
Introduce el valor en las celdas amarillas.

ASPECTOS TECNICOS	A	B	C	D
Calidad del Servicio	4	2	3	4
Capacidad técnica	3	3	3	3
Calidad certificada (ISO o similar)	0	0	0	2
Capacidad de adaptación	2	1	2	3
Plazos de entrega	3	3	3	4
	12	9	11	16

ASPECTO COMERCIALES Y ECONOMICO	A	B	C	D
Precios	2	2	3	4
Formas y plazos de pago	3	4	3	5
Servicio postventa	3	1	2	2
Garantías	3	2	2	2
	11	9	10	13

ASPECTOS EMPRESARIALES	A	B	C	D
Estabilidad del proveedor	3	4	3	4
Proximidad	2	3	3	4
Facilidad de entendimiento	2	1	2	3
Importancia como cliente	2	2	4	2
Referencias de terceros	3	3	2	4
	12	13	14	17

4. RESULTADO DE LA COMPARACION

RESULTADO	ASPECTOS TECNICOS	ASPECTOS COMER. Y ECON.	ASPECTOS EMPRESARI ALES	TOTAL	POSICION
ARGOS TRANSPORTES Y SERVICIOS EIRL	1.52	0.58	0.62	2.72	3
SERVIMELSA	0.97	0.6	0.74	2.31	4
ALLISON CARGO EIRL	1.27	0.73	0.73	2.73	2
GHC LOGISTIC SAC	1.79	1.02	0.95	3.76	1

EL RESULTADO FINAL DE LA MATRIZ DE PONDERACION NUESTRO TRANSPORTE INTERNO ES :

D	GHC LOGISTIC SAC
---	------------------

Elaborado por: Equipo de trabajo

Tabla N°037: Ponderación del transporte interno.

Interpretación:

Se realizó un análisis comparativo para elegir nuestro transporte interno, por lo cual evaluamos los siguientes aspectos, aspectos técnicos, aspectos comerciales, aspectos económicos, aspectos empresariales, obteniendo los mejores puntajes de la empresa **GHC LOGISTIC S.A.C.**

MATRIZ DE COMPARACION DE PROVEEDOR DE ENVASADO DE LA INFUSION

1. Pondera los criterios a tener en cuenta
2. Indica cuales son los proveedores a comprar
3. Valoracion a proveedores
4. Resultados

PONDERACION DE PROVEEDORES

1. PONDERACION DE LOS CRITERIOS A TENER EN CUENTA EN LA VALORACION

Total ponderaciones **100%** Ponderacion completa

ASPECTO TECNICOS

Calidad del servicio	25%
Capacidad tecnica del proveedor	4%
Calidad certificada ISO o similar	5%
Capacidad de adaptacion	3%
Pasos de entrega	10%
Total aspectos tecnicos	47%

ASPECTOS COMERCIALES Y ECONOMICOS

Precios	20%
Formas y plazos de pago	8%
Servicio postventa	2%
Garantias	0%
Total aspe. Comer. Eco.	30%

ASPECTOS EMPRESARIALES

Estabilidad del Proveedor	5%
Proximidad	10%
Facilidad de entendimiento	3%
Importancia como cliente	2%
Referencia de terceros	3%
Total aspectos empresariales	23%

2. IDENTIFICACION DE LOS PROVEEDORES A COMPRAR

DATOS	PROVEEDORES
A	FILTRANTES DEL PERÚ
B	FAMI PACK
D	INFUSIONES GALES

3. VALORACION DE LOS PROVEEDORES

Instrucciones: Valora de 1 (mínimo) y 5 (máximo) las ofertas y características de cada proveedor. Introduce el valor en las celdas amarillas.

ASPECTOS TECNICOS	A	B	C
Calidad del Servicio	5	3	3
Capacidad técnica	4	3	4
Calidad certificada (ISO o similar)	0	0	0
Capacidad de adaptación	2	1	2
Plazos de entrega	4	3	3
	15	10	12

ASPECTO COMERCIALES Y ECONOMICO	A	B	C
Precios	5	2	3
Formas y plazos de pago	4	4	3
Servicio postventa	3	2	2
Garantías	3	3	2
	15	11	10

ASPECTOS EMPRESARIALES	A	B	C
Estabilidad del proveedor	5	5	3
Proximidad	5	3	3
Facilidad de entendimiento	2	1	2
Importancia como cliente	2	4	3
Referencias de terceros	4	3	2
	18	16	13

4. RESULTADO DE LA COMPARACION

RESULTADO	ASPECTOS TECNICOS	ASPECTOS COMER. Y ECON.	ASPECTOS EMPRESARI ALES	TOTAL	POSICION
FILTRANTES DEL PERÚ	1.87	1.38	0.97	4.22	1
FAMI PACK	0.95	0.78	0.75	2.48	3
INFUSIONES GALES	1.44	0.88	0.63	2.95	2

EL RESULTADO FINAL DE LA MATRIZ DE PONDERACION NUESTRA QUE EL PROVEEDOR DE LA MAQUILA ES:

A	FILTRANTES DEL PERÚ
---	---------------------

Elaborado por: Equipo de trabajo

Tabla N°038: Ponderación del proveedor de maquila.

Interpretación:

Se realizó un análisis comparativo para elegir nuestro proveedor de maquila, por lo cual evaluamos los aspectos técnicos, comerciales, económicos y empresariales, obteniendo los mejores puntajes del proveedor **Filtrantes del Perú**.

MATRIZ DE COMPARACION DE PROVEEDOR DE PALLETS

1. Pondera los criterios a tener en cuenta
2. Indica cuales son los proveedores a comprar
3. Valoracion a proveedores
4. Resultados

PONDERACION DE PROVEEDORES

1. PONDERACION DE LOS CRITERIOS A TENER EN CUENTA EN LA VALORACION

Total ponderaciones 100% Ponderacion completa

ASPECTO TECNICOS

Calidad del producto	20%
Capacidad tecnica del proveedor	4%
Calidad certificada ISO o similar	15%
Capacidad de adaptacion	5%
Pasos de entrega	10%
Total aspectos tecnicos	54%

ASPECTOS COMERCIALES Y ECONOMICOS

Precios	15%
Formas y plazos de pago	3%
Servicio postventa	2%
Garantias	3%
Total aspe. Comer. Eco.	23%

ASPECTOS EMPRESARIALES

Estabilidad del Proveedor	4%
Proximidad	10%
Facilidad de entendimiento	3%
Importancia como cliente	2%
Referencia de terceros	4%
Total aspectos empresariales	23%

2. IDENTIFICACION DE LOS PROVEEDORES A COMPRAR

DATOS	PROVEEDORES
A	PROSAC SA
B	PARIHUELAS DE MADERA
C	GKL MADERAS

3. VALORACION DE LOS PROVEEDORES

Instrucciones: Valora de 1 (mínimo) y 5 (máximo) las ofertas y características de cada proveedor. Introduce el valor en las celdas amarillas.

ASPECTOS TECNICOS	A	B	C
Calidad del Servicio	4	5	4
Capacidad técnica	4	3	4
Calidad certificada (ISO o similar)	0	0	0
Capacidad de adaptación	2	1	2
Plazos de entrega	4	3	3
	14	12	13

ASPECTO COMERCIALES Y ECONOMICO	A	B	C
Precios	2	5	3
Formas y plazos de pago	3	4	3
Servicio postventa	3	3	2
Garantías	1	3	2
	9	15	10

ASPECTOS EMPRESARIALES	A	B	C
Estabilidad del proveedor	3	3	3
Proximidad	2	5	4
Facilidad de entendimiento	2	1	2
Importancia como cliente	2	4	5
Referencias de terceros	2	4	2
	11	17	16

4. RESULTADO DE LA COMPARACION

RESULTADO	ASPECTOS TECNICOS	ASPECTOS COMER. Y ECON.	ASPECTOS EMPRESAR IALES	TOTAL	POSICION
PROSAC SA	1.47	0.48	0.5	2.45	3
PARIHUELAS DE MADERA	1.87	1.02	0.89	3.78	1
GKL MADERAS	1.33	0.64	0.76	2.73	2

EL RESULTADO FINAL DE LA MATRIZ DE PONDERACION NUESTRA QUE EL PROVEEDOR DE PALLET ES:

A	PARIHUELAS DE MADERA
---	----------------------

Elaborado por: Equipo de trabajo

Tabla N°039: Ponderación del proveedor de pallets.

Interpretación:

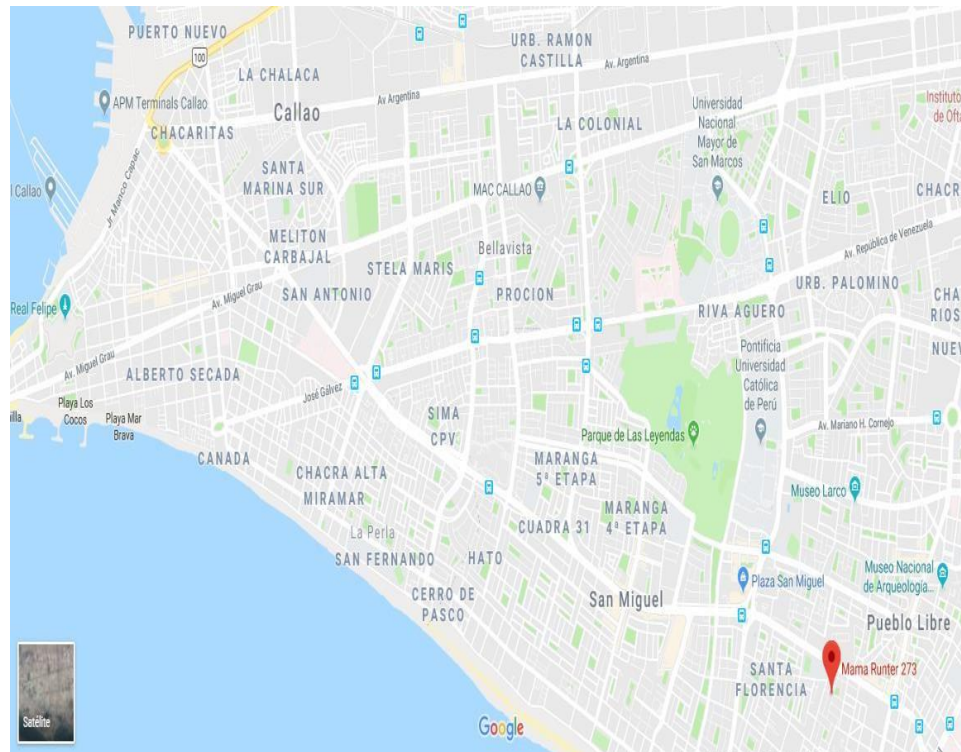
Se realizó un análisis comparativo para elegir nuestro proveedor de Pallets, por lo cual evaluamos los siguientes aspectos, aspectos técnicos, aspectos comerciales, aspectos económicos, aspectos empresariales, obteniendo los mejores puntajes del proveedor **Parihuela de madera**.

CAPITULO 3

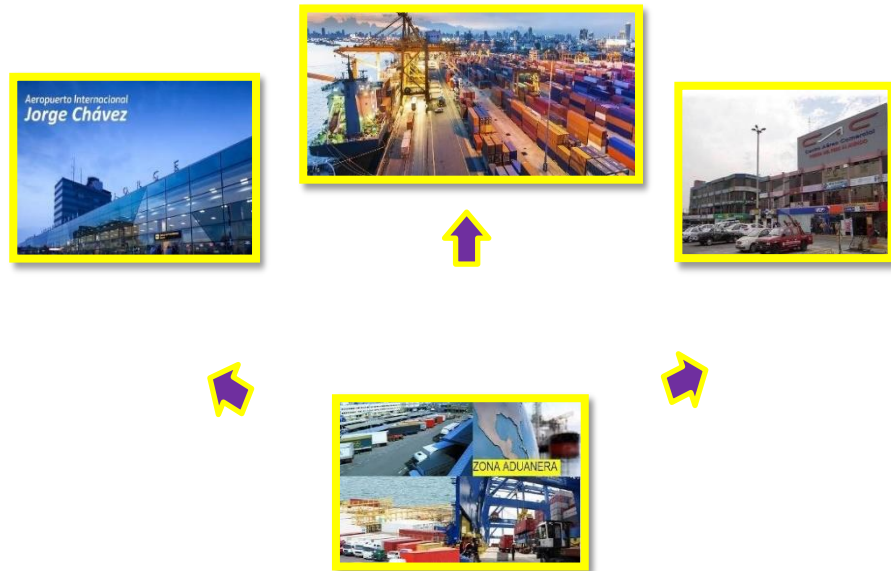
GERENCIA & ORGANIZACIÓN

3.1. Organización

Nuestra oficina se encontrará ubicada en Calle Mama Runter Nro. 273 distrito San Miguel, en la ciudad de Lima, cabe señalar dicha ubicación es para funcionar meramente como área administrativa, contando para ello con un área de 100 m2. Nuestra oficina se encuentra cercana al Centro Aéreo comercial, el aeropuerto internacional Jorge Chávez y el Puerto del Callao, lo que hace más sencilla la logística.



Fuente: Google Maps



Fuente: Google Maps

Figura N°030: Ubicación del local.

Dada las características de nuestro negocio nos definimos como una empresa exportadora que encarga su producción a terceros y el objeto de nuestro local anteriormente descrito, tendrá un aforo para 5 personas, en cumplimiento de la norma técnica de seguridad A.130 promulgada por el INDECI.

Las razones que sustentan nuestra localización están relacionadas principalmente con lo geográfico y económico. Lo primero consiste en su ubicación estratégica, es un lugar de fácil acceso, céntrico y con relativa cercanía a todos los eslabones que integran nuestra cadena de exportación; cabe decir proveedor, agencias de aduanas, agencias de carga, depósitos temporales y operadores logísticos en general.

A continuación, los pasos necesarios para constituir una empresa en Perú.

Pasos para iniciar nuestro negocio (Persona Jurídica)

1. Elaborar la Minuta de Constitución con un abogado habilitado.



Fuente: SUNAT

Figura N°031: Elaboración de la minuta.

2. Elaborar la Minuta a Escritura Pública.



Fuente: SUNAT

Figura N°032: Escritura pública.

3. Inscribir la Escritura en el registro de personas.



Fuente: SUNAT

Figura N°033: SUNARP

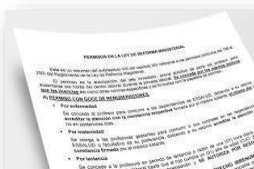
4. Inscribirse en el RUC y elegir el régimen tributario.



Fuente: SUNAT

Figura N°034: Inscripción del RUC.

5. Solicitar autorización de permisos especiales en el sector que corresponda.



En EsSalud.
MINEDU, MINAGRI,
MINCETUR, MTC, MINEM,
MININTER, MINTRA,
INDECOPI u OSINERGMIN.

Fuente: SUNAT

Figura N°035: Solicitar autorización.

6. Solicitar autorización de licencia municipal de funcionamiento. En el Municipio



Fuente: SUNAT

Figura N°036: Licencia Municipal.

7. Registrarse como empleador y registrar trabajadores.



Fuente: SUNAT

Figura N°037: Registrar a los trabajadores.

8. Llevar libros y registros contables



Fuente: SUNAT

Figura N°038: Libros contables.

RESUMEN COSTOS – CONSTITUCIÓN DE EMPRESA

DESCRIPCIÓN	S/.
Certificado de búsqueda mercantil	S/. 4.00
Reserva de nombre en SUNARP	S/. 18.00
Elaboración de minuta	S/. 200.00
Elevar la minuta a escritura pública	S/. 150.00
Elevar la escritura pública en la SUNARP	S/. 90.00
Inscripción de RUC	S/. 0.00
Licencia de funcionamiento	S/. 550.40
Registro marca INDECOPI	S/. 700.00
Diseño de página web	S/. 250.00
TOTAL	S/. 1,962.40

Elaborado por: Equipo de trabajo

Tabla N°040: Costo – Constitución de Empresa.

OBLIGACIONES TRIBUTARIAS

Nuestra empresa está acogida al Mype, bajo este régimen, las obligaciones tributarias que tendremos son:

- Impuesto a la Renta: Pago de cuota mensual equivalente al 1.5% de nuestros ingresos netos mensuales
- Impuesto General a las Ventas: Tasa del 18% (incluye el IPM)

OBLIGACIONES LABORALES

La distribución de nuestro personal, así como el cuadro de planillas, está representada en la siguiente Tabla:

PLANILLA DE TRABAJADORES DE ECK PERUVIAN S.A.C.		
CARGO	NOMBRES Y APELLIDOS	REMUNERACION
Gerente General	BENDEZU MAMANI, Kayla Carol	S/. 2500,00
Secretaria	REYES PAREDES, Rosalinda	S/. 1200,00
Jefe de Administración y Operaciones	MELGAREJO JULCA, Eva Noemí	S/. 2000,00
Jefe De Marketing	FALCON FLORES, Cesar	S/. 2000,00

Elaborado por: Equipo de trabajo

Tabla N° 041: Trabajadores en Planilla.

Asimismo, tal como está detallado anteriormente, al estar la empresa inscrita en el MYPE, a cada uno de nuestros colaboradores le corresponderían los siguientes beneficios:

Beneficios	Microempresa
Remuneración	Derechos regulares
Jornada de 8 horas	Derechos regulares
Trabajo en sobretiempo	Derechos regulares
Descanso semanal	Derechos regulares
Vacaciones	15 días por año
Feridos	Derechos regulares
Protección contra despido	10 rem diarias por año completo máximo de 90 rem diarias
SCTR	No hay
Seguro de Vida	No hay
Derechos colectivos	No hay
Participación en utilidades	No hay
CTS	No hay
Gratificaciones	No hay
Seguro de Salud	Semisubsidiado
Pensiones	Opcional

Fuente SUNAT

Elaborado por: Equipo de trabajo

Tabla N°042: Beneficios Sociales.

ANÁLISIS DE BENEFICIOS LABORALES

Según la legislación peruana, una empresa puede ser considerada Microempresa o Pequeña empresa, cumpliendo los siguientes requisitos:

- De uno (1) hasta diez (10) trabajadores inclusive.
- Ventas anuales hasta el monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT).

Nuestra empresa, al cumplir con las características antes descritas, nos acogemos al Régimen especial de microempresas, lo que nos traerá grandes beneficios económicos (se destinará menos recursos al pago de beneficios sociales) y nos permitirá ganar competitividad frente a la competencia; al menos, durante nuestra etapa de introducción al mercado.

Finalmente, al lograr esa condición, los requisitos legales que tendremos cumplir con

Nuestros clientes internos serán menos estrictos, mismos que detallamos a continuación en el siguiente cuadro:

Beneficios	Microempresa	Pequeña empresa
Remuneración	Derechos regulares	Derechos regulares
Jornada de 8 horas	Derechos regulares	Derechos regulares
Trabajo en sobretiempo	Derechos regulares	Derechos regulares
Descanso semanal	Derechos regulares	Derechos regulares
Vacaciones	15 días por año	15 días por año
Feriados	Derechos regulares	Derechos regulares
Protección contra despido	10 rem diarias por año completo máximo de 90 rem diarias	20 rem diarias por año completo con máximo de 120 rem diarias
SCTR	No hay	Derechos regulares
Seguro de Vida	No hay	Derechos regulares
Derechos colectivos	No hay	Derechos regulares
Participación en utilidades	No hay	Derechos regulares
CTS	No hay	15 remuneraciones diarias por año
Gratificaciones	No hay	2 al año, media remuneracion cada una
Seguro de Salud	Semi-subsidiado	Derechos regulares
Pensiones	Opcional	Derechos regulares

Fuente SUNAT

Elaborado por: Equipo de trabajo

Tabla N°043: Beneficios de Micro y Pequeña Empresa.

3.2. Personería Jurídica de la Sociedad Regímenes Tributarios:

Con Decreto Legislativo 1269 – D.S NRO 403-2016-EF

Conceptos	Régimen MYPE Tributario (RMT)
Persona Natural	Sí
Persona Jurídica	Sí
Límite de ingresos	Ingresos netos que no superen 1700 UIT en el ejercicio gravable (proyectado o del ejercicio anterior).
Límite de compras	Sin límite
Comprobantes que pueden emitir	Factura, boleta y todos los demás permitidos.
DJ anual – Renta	Sí
Pago de tributos mensuales	Renta: Si no superan las 300 UIT de ingresos netos anuales: pagarán el 1% de los ingresos netos obtenidos en el mes. Si en cualquier mes superan las 300 UIT de ingresos netos anuales pagarán 1.5% o coeficiente. IGV: 18% (incluye el impuesto de promoción municipal).
Restricción por tipo de actividad	No tiene
Trabajadores	Sin límite
Valor de activos fijos	Sin límite
Posibilidad de deducir gastos	Si tiene
Pago del Impuesto Anual en función a la utilidad	Si tiene

Fuente SUNAT

Elaborado por: Equipo de trabajo

Tabla N°044: Regímenes Tributarios.

Acogimiento	Régimen MYPE Tributario (RMT)
Requisitos	Con la declaración mensual que corresponde al mes de inicio de Actividades. *

Fuente SUNAT

Elaborado por: Equipo de trabajo

Tabla N°045: Regímenes Tributarios – Acogimiento.

Nuestra empresa se acogerá al Régimen MYPE tributario, estimamos que nuestros ingresos Netos sean menores a 1700 UIT. Este régimen es el más favorable para nuestra empresa, ya que te brinda más facilidades que los otros regímenes según el detalle antes mostrado.

PROPIETARIOS:

Las personas encargadas de realizar esta idea del negocio son 3 socios.

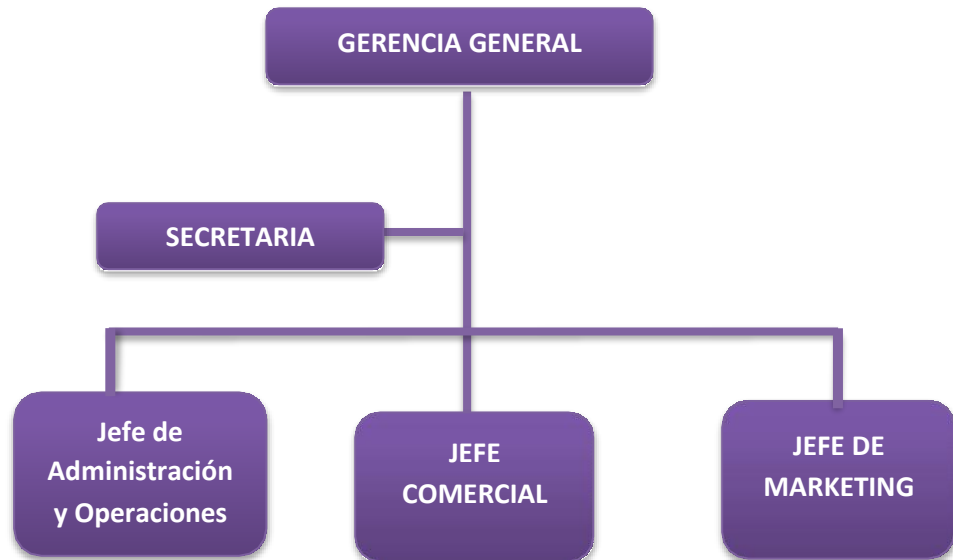
- Bendezú Mamani, Kayla Carol
- Falcón Flores, Cesar Roberto Aurelio
- Melgarejo Julca, Eva Noemí

3.3. Diseño de la Organización

ORGANIGRAMA ECK PERUVIAN S.A.C

Eck Peruvian S.A.C., se encargará del acopio de jengibre y las hojas de orégano, elaboración de la infusión y exportación del producto final hacia Los Ángeles- Estado de California - Estados Unidos de América. Algunos de nuestros procesos serán tercerizados.

Por lo tanto, la empresa es pequeña y solo cuenta con las siguientes áreas detalladas en el gráfico.



Elaborado por: Equipo de trabajo

Figura N°039: Organigrama.

En la actualidad Eck Peruvian S.A.C. está compuesta por:

GERENTE GENERAL

- Desempeña también la función de Representante Legal de la sociedad, con su firma autoriza los actos y contratos que la misma celebre.
- Fija las metas y objetivos de la organización diseñando, para ello, el plan estratégico general.
- Ejecuta las acciones pertinentes y delega funciones a los encargados de las diferentes áreas y así asegurar el cumplimiento de los objetivos trazados.
- Administrar, controlar, dirigir y supervisar las tareas administrativas y de gestión empresarial, manteniendo especial énfasis en el tema económico, por más que su función sea generalizada.
- Liderar y conducir las actividades del personal, tomando decisiones idóneas y orientando las acciones hacia los objetivos de la organización.
- Asegurar la correcta función de los diferentes departamentos mediante el uso de herramientas de control y supervisión.
- Fomentar la responsabilidad social de la empresa, empleando métodos que contribuya con el cuidado del medio ambiente.

SECRETARIA

- Ser “la mano derecha” del gerente; interviniendo con éxito en las diferentes tareas que se le requieran.
- Recibir e informar asuntos relacionados con cada área de la empresa, de esta manera todos se encontrarán bien informados.
- Llevar controles administrativos de las distintas áreas, elaborando un consolidado de operaciones periódicamente.
- Tendrá adicionalmente el papel de Atención al cliente, por lo que brindará asistencia y absolverá las dudas de los mismos, derivando, en caso haga falta, a las distintas áreas para su atención personalizada.

JEFE DE ADMINISTRACION Y OPERACIONES

- Programar las labores indicadas por la Gerencia General en busca de cumplir los plazos establecidos.
- Definir los modelos de control que se llevarán a cabo para evaluar la calidad de las operaciones organizacionales.
- Realiza la planificación de recursos y tiempos requeridos para la entrega de un pedido.
- Elaborar los documentos comerciales (Commercial Invoice, Packing List, Certificate of Origin, etc.) requeridos por el cliente al momento de su compra.
- Asignar el personal requerido para cada exportación, además de supervisarlo al detalle hasta su entrega al cliente.
- Tener pleno conocimiento de la documentación y circuito logístico a seguir para cada operación.
- Estar siempre actualizado de las normas y disposiciones aduaneras establecidos por la entidad competente.

- Mantener una comunicación plena con el operario, a fin de brindar solución inmediata a percances que pudieran aparecer durante el proceso de exportación e informar cada detalle relevante a su gerente.

JEFE COMERCIAL

- Pieza fundamental de la organización, puesto que mantendrá una negociación permanente y cerrará acuerdos comerciales tanto con clientes como con proveedores.
- Lleva adelante el equipo de vendedores y los lidera. Siendo el nexo directo entre la Gerencia General y su equipo de colaboradores.
- Gerenciar de manera eficiente manteniendo la visión estratégica del negocio e identificando nuevas oportunidades comerciales.
- Ser responsables en establecer el precio de venta y política de precios y descuentos.
- Clasificar y categorizar a los distintos clientes, a fin de hacer uso eficiente del tiempo y optimizar los resultados.
- Negociar las condiciones de compra, crédito y mantener una relación cordial con los proveedores. Optimizando así los costos en busca de la máxima rentabilidad.

JEFE DE MARKETING

- Tener un conocimiento completo de los productos ofrecidos por la empresa.
- Estar informado de las tendencias y novedades en el sector y mercado en general, a fin de que la gerencia pueda disponer de ella cuando lo crea conveniente.

- Trazar estrategias de venta en conjunto con el Gerente Comercial, para el máximo aprovechamiento e incidencia de la marca en la mente del consumidor.
- Realizar seguimiento y control continuo de las actividades de venta a través de: elaboración de pronósticos, análisis y control de ventas, estrechamiento de relaciones con clientes, etc.
- Programar relaciones públicas empleando una serie de acciones de comunicación informativa, teniendo como objetivo la creación o modificación de actitudes y/o creencias del público.
- Elabora los presupuestos que muestren la situación económica y financiera de la empresa, así como los resultados y beneficios a alcanzarse en los períodos siguientes con un alto grado de probabilidad y certeza.

CAPITULO 4

PLAN DE EXPORTACION

4.1. Plan Exportador

4.1.1. Marca, Envase y Etiqueta del Producto

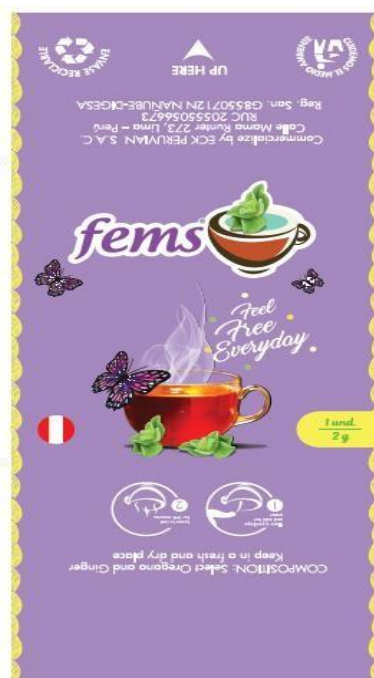
✓ Marca

La marca con la cual será comercializado el producto será FEMS.

✓ Envase del producto

❖ Envase primario

La infusión de orégano y jengibre se envolverá en papel bond de color morado de 75 gr que contiene la marca y la descripción del producto.



Elaborado por: Equipo de trabajo

Figura N°040: Envase primario.

❖ Envase secundario

Para la presentación y venta de nuestro producto se empleará en cajas de cartón de 11 centímetros de alto por 7 centímetros de largo por 7 centímetros de ancho, el tamaño de la caja permitirá una mejor conservación y fácil uso. Su contenido será de 40 gramos.

Esta cajita nos ayudará a conservar el producto, luego de consumir todas las infusiones podrá hacer uso de la caja para otras funciones.

El envase está elaborado para que no interfiera ni dañe las características propias del producto como puede ser el sabor, textura, olor, color o temperatura y siempre mantenga su esencia original.



Elaborado por Equipo de trabajo

Figura N°041: Envase secundario.

✓ **Etiqueta del producto**

En la siguiente imagen se muestra la etiqueta colgante.



Elaborado por: Equipo de trabajo

Figura N°042: Etiqueta colgante.

Nuestra infusión contará con un pequeño accesorio en forma de mariposa color lila, escogimos la mariposa ya que representa en muchas culturas transformación, metamorfosis y delicadeza. Este detalle nos diferenciará de nuestros competidores.



Elaborado por: Equipo de trabajo

Figura N°043: Accesorio en la Taza.

4.1.2. Distribuidor

QTrade Teas & Herbs

En 1994 fue fundado por un antiguo productor de té con más de 50 años de experiencia.

QTrade es un apasionado que brinda facilidades a las empresas para que ofrezcan los sabores y aromas más peculiares de sus infusiones.



La sede de Qtrade se encuentra cerca de los Ángeles, California.

QTrade también está trabajando para obtener la certificación Global Food Safety Initiative (GFSI), que es el nivel más alto de certificación de seguridad alimentaria.

Qtrade es el mayor distribuidor de tés Orgánicos y de especialidad en Norteamérica. Cuenta con un profundo conocimiento adquirido en la plantación y una red internacional de suministro construida durante varias décadas.

La sede de Qtrade se encuentra cerca de los Ángeles, California y ofrece instalaciones y servicios dentro de los Estados Unidos que cumple con las normas de la GFSI, y cadenas de suministro de productos certificados como orgánicos, Fair Trade, Rainforest Alliance, y Ethical Tea Partnership.

Qtrade trabaja con clientes que van desde prometedoras empresas nuevas hasta las mayores marcas de bebidas a nivel mundial en los segmentos de tés calientes.



Figura N°044: Distribuidor QTRADE TEAS Y HERBS.

4.1.3. Medio y Forma de Pago

La modalidad de pago que utilizaremos es cobranza documentaria, ya que nuestro comprador usa este método para sus importaciones. Cabe precisar que Qtrade Teas & Herbs es una empresa con amplia trayectoria en el mercado, lo cual nos asegura el cumplimiento de los pagos.

En la cobranza documentaria, nosotros como exportadores entregaremos un conjunto de documentos comerciales y financieros a nuestro banco (BBVA Continental) para que éste gestione con el banco del comprador el cobro o la aceptación de una letra de cambio por el importe de la operación, contra la entrega de los documentos



Fuente: INTERNET

Figura N°045: Cobranza Documentaria.

Imprimir: Cobranzas en el comercio internacional

Banco Interviniente del Exterior: (Nombre Completo y Dirección)		Girado: (Nombre Completo y Dirección)																												
Letra de cambio N°:	Factura N°:	Buque/Vuelo N°:	Fecha salida/embarque:																											
Fecha estimada llegada:	Puerto de carga:	Puerto de descarga:	Incoterm (Cond. Venta)																											
Moneda:	Importe:	Plazo de Pago:	Fecha vencimiento:																											
Otras Instrucciones:																														
<input type="checkbox"/> La documentación deberá ser enviada por nuestro courier (Indicar Courier y N° de Cuenta). <input type="checkbox"/> La Documentación deberá ser enviada por el courier del Banco a nuestro cargo.		<table border="1"> <thead> <tr> <th>Documentos Entregados</th> <th>Original</th> <th>Copias</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td><input type="checkbox"/> Conocimiento de embarque</td> <td>....</td> <td>....</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> Factura Comercial</td> <td>....</td> <td>....</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> Nota de Peso o Empaque</td> <td>....</td> <td>....</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> Certificado de Origen</td> <td>....</td> <td>....</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> Póliza de Seguro</td> <td>....</td> <td>....</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> Letra(s) de Cambio</td> <td>....</td> <td>....</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> (Otros doc.)</td> <td>....</td> <td>....</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> (Otros doc.)</td> <td>....</td> <td>....</td> </tr> </tbody> </table>		Documentos Entregados	Original	Copias	<input type="checkbox"/> Conocimiento de embarque	<input type="checkbox"/> Factura Comercial	<input type="checkbox"/> Nota de Peso o Empaque	<input type="checkbox"/> Certificado de Origen	<input type="checkbox"/> Póliza de Seguro	<input type="checkbox"/> Letra(s) de Cambio	<input type="checkbox"/> (Otros doc.)	<input type="checkbox"/> (Otros doc.)
Documentos Entregados	Original	Copias																												
<input type="checkbox"/> Conocimiento de embarque																												
<input type="checkbox"/> Factura Comercial																												
<input type="checkbox"/> Nota de Peso o Empaque																												
<input type="checkbox"/> Certificado de Origen																												
<input type="checkbox"/> Póliza de Seguro																												
<input type="checkbox"/> Letra(s) de Cambio																												
<input type="checkbox"/> (Otros doc.)																												
<input type="checkbox"/> (Otros doc.)																												
Una vez recibido el pago del exterior:		Instrucciones:																												
<input type="checkbox"/> Autorizamos a ese Banco a cerrar cambio directamente y tan pronto le sea posible. <input type="checkbox"/> Cerraremos cambio por intermedio de nuestro Corredor Sr: <input type="checkbox"/> Procederemos a cerrar cambio con vuestra mesa de cambios. El saldo resultante del cierre respectivo deberá ser acreditado en nuestra cuenta corriente N°:		<input type="checkbox"/> Entregar Documentos CONTRA PAGO <input type="checkbox"/> Entregar Documentos CONTRA ACEPTACIÓN <input type="checkbox"/> Entregar Documentos CONTRA (Especificar) <input type="checkbox"/> Notificar sobre la aceptación y/o el pago. <input type="checkbox"/> Proceder a solicitar el aval de la letra, el cual fue previamente negociado con nuestra contraparte. <input type="checkbox"/> Devolver las letras aceptadas y en su caso avaladas. <input type="checkbox"/> Mantener en custodia la letra aceptada. <input type="checkbox"/> Gastos bancarios en el exterior a cargo del girado. <input checked="" type="checkbox"/> Gastos bancarios en el exterior a nuestro cargo. <input type="checkbox"/> PROTESTAR por falta de pago. <input type="checkbox"/> PROTESTAR por falta de aceptación.																												

Fuente: Distribución Física Internacional

Figura N°046: Cobranza Documentaria.

4.1.4. Posición Arancelaria

Nuestro producto se encuentra establecido dentro del arancel de aduanas nacional con la siguiente codificación:

SECCIÓN:	PRODUCTOS DE LAS INDUSTRIAS ALIMENTARIAS; BEBIDAS, LIQUIDOS ALCOHOLICOS Y VINAGRE; TABACO Y SUCEDANEOS DEL TABACO, ELABORADOS
CAPÍTULO:	PREPARACIONES ALIMENTICIAS DIVERSAS.
21.06	Preparaciones alimenticias no expresadas ni comprendidas en otra parte.
2106.90.71.00	Que contengan como ingrediente principal uno o más extractos vegetales, partes de plantas, semillas o frutos, incluidas las mezclas entre sí

Subpartida Arancelaria	Descripción Arancelaria	Nombre Comercial
2106.90.71.00	Preparaciones alimenticias no expresadas ni comprendidas en otra parte.	Infusión de orégano y jengibre.

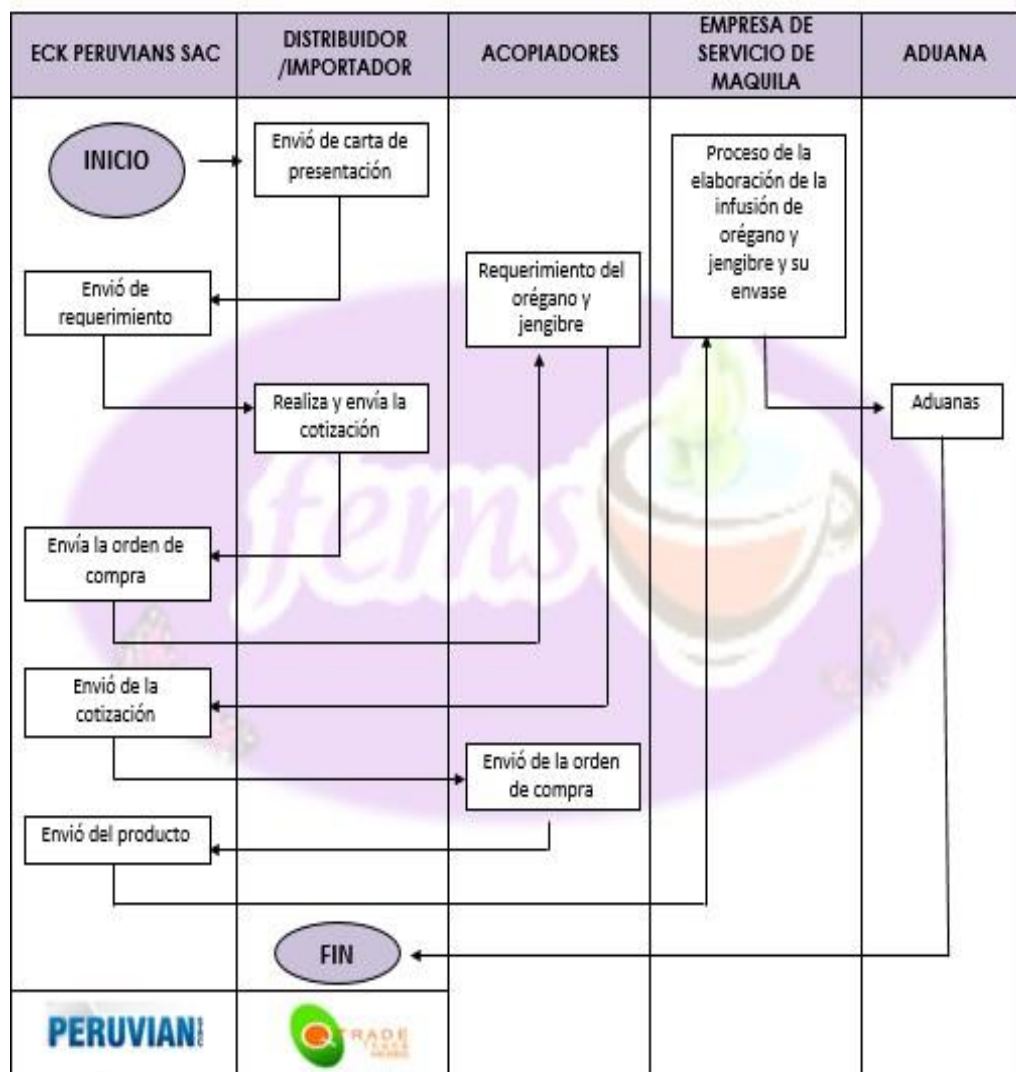
Fuente: SUNAT

Elaborado por: Equipo de trabajo

Tabla N°046: Posición arancelara.

4.1.5. Régimen aduanero de exportación

Al régimen al que nos acogeremos es el de Exportación Definitiva, el cual permite la salida de la mercancía del país de destino para consumo definitivo en el exterior, la exportación definitiva no está afecta a ningún tributo.



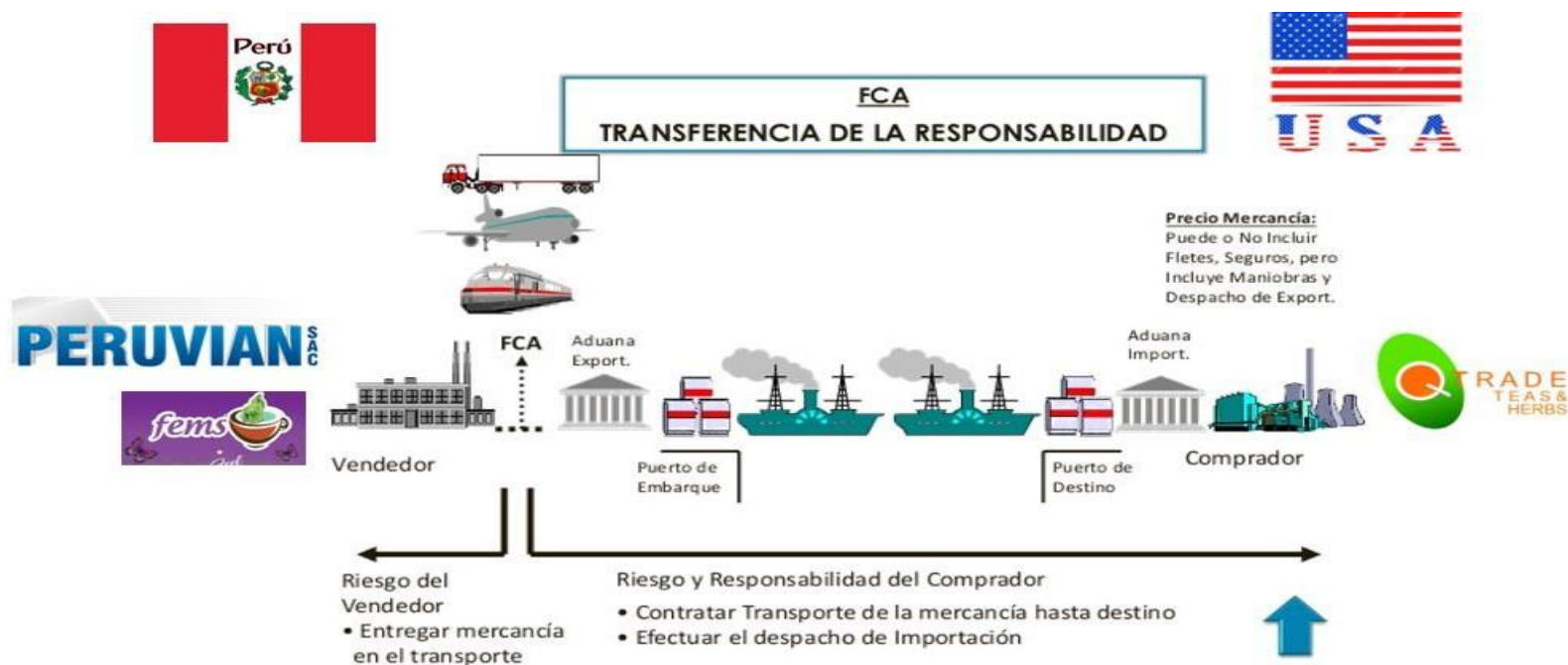
Fuente: SUNAT

Elaborado por: Equipo de trabajo

Gráfico N°023: Flujo de exportación.

4.1.6. Termino de Transacción

Nosotros trabajaremos con el Incoterms FCA (Free Carrier), por lo cual nuestra responsabilidad como vendedor llegara hasta el almacén para ser llevado al aeropuerto Internacional Jorge Chávez.



Fuente: SUNAT

Elaborado Por: Equipo de trabajo

Figura N°047: Incoterms FCA.

4.1.7. Vía de Exportación

En el proceso de envío de la mercancía, se recurrirá a la vía aérea, ya que nuestras infusiones, al no ser un producto con gran peso y dimensión, su costo de flete no será muy elevado y prácticamente no habrá diferencias en comparación de una tarifa marítima. Por el contrario, si se consideran los gastos de embarque y costos portuarios que implica esta última, seguramente elevaría mucho más los costes logísticos, reduciendo así nuestros márgenes de utilidad dependiendo del Incoterms negociado en el acuerdo. Además, al emplear la vía aérea, se disminuye drásticamente el tiempo de viaje, ya que de 12 días (marítima) pasaría a ser solamente 8 horas aproximadamente (aérea)



Fuente: INTERNET

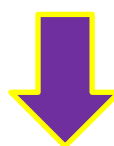
ruta via maritima

Callao - Manzanillo	Callao - San Diego	Callao - Long Beach	Callao - Los Angeles	Callao - Oakland	Callao - Seattle
Callao - Vancouver					

Líneas Navieras: Callao - Los Angeles				
Puerto de origen: Callao (Perú)				
Puerto de destino: Los Angeles (Estados Unidos)				
Tarifa promedio de flete por contenedor 20 pies: \$ 1560 40 pies: \$ 2440 40 pies refrigerado: \$ 4540				
Mercadería Consolidada Tm/m ³ \$ 80				

Línea naviera	Agente	Depósito	Días de tránsito	Frecuencia de salida
EVERGREEN	GREENANDES	TPP	25	SEMANAL
MSC	MSC PERU	LICSA	22	SEMANAL
MAERSK LINE	MAERSK PERU	ALCONSA	19	SEMANAL
Hamburg Sud	COSMOS	LICSA	18	SEMANAL
NYK	TRANSMERIDIAM	DPWC	12	SEMANAL

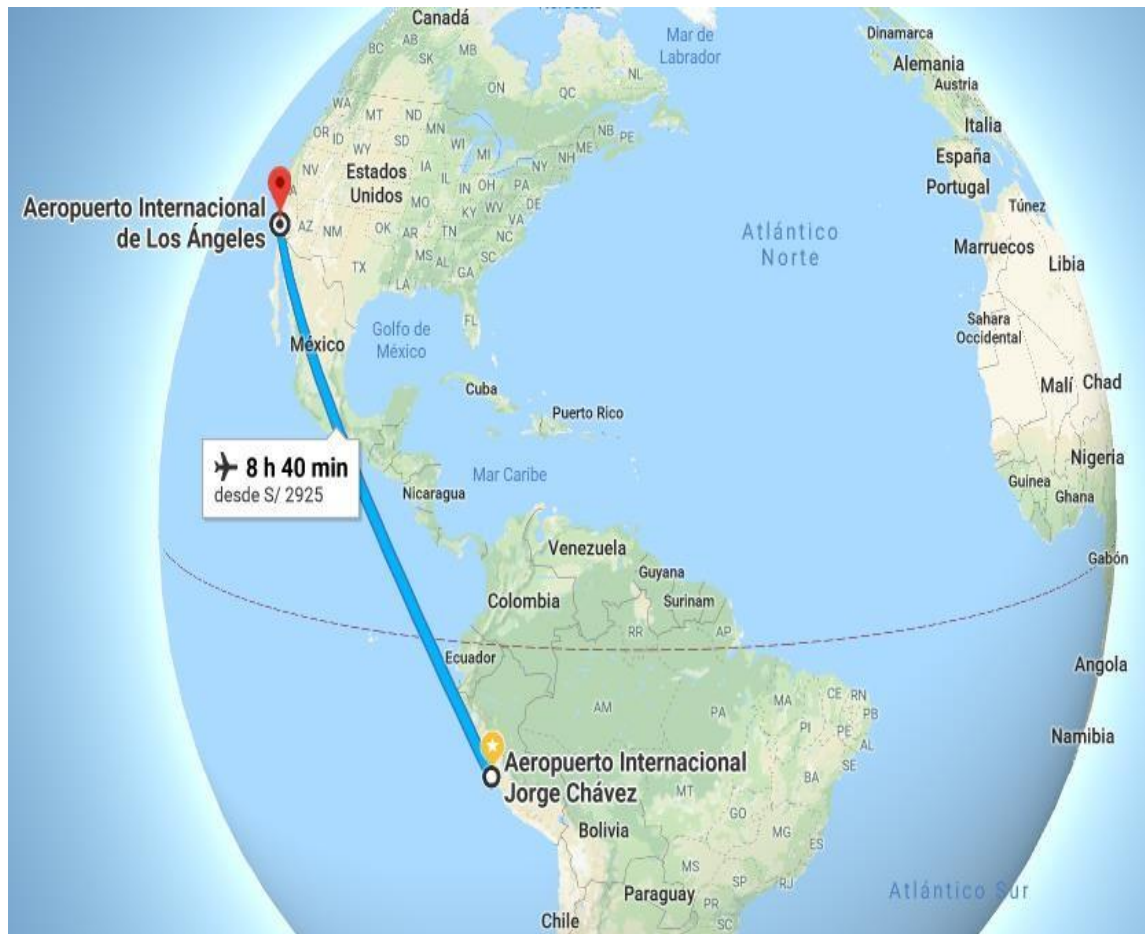
Fuente: INTERNET



Fuente: INTERNET

Figura N°048: Vía Marítima.

ruta via aerea



Fuente: INTERNET

Figura N°049: Vía Aérea.

4.1.8. Agencia de aduanas

Trabajaremos con la agencia de aduana Aduaexpress Perú SAC con RUC 20515806645, la cual tiene una alianza estratégica con la empresa de GHC Logistics SAC, por lo que nos asegura un servicio eficiente y de calidad.



Fuente: Aduaexpress

Figura N°050: Agente de aduanas.

4.1.9. Transporte Interno

GHC Logistics SAC, tendrá como punto de inicio el recojo de 3 pallets de infusiones en Calle Buenaventura Sepúlveda #1253, Urb. Los Cipreses – Lima, dirección de la empresa Filtrantes del Perú SAC quien realizará el servicio de maquila, como segundo punto será llevado al almacén fijado por el agente de aduanas, para finalmente ser llevado al Puerto o aeropuerto del Callao.



Fuente: GHC Logistic

Figura N°051: Transporte Interno.

Los documentos que serán primordiales para nuestra exportación son:

1. Factura proforma (Proforma Invoice) o Cotización.
2. Factura Comercial Invoice emitida por ECK PERUVIAN S.A.C.
3. Packing list emitido por ECK PERUVIAN S.A.C.
4. Certificado de Origen emitido por la CCL 5. DAM (40-41)

DOCUMENTO	IMAGEN
Factura Comercial	
Lista de empaque	
Certificado de Origen	
DAM 40-41	

Elaborado por: Equipo de trabajo

Tabla N°047: Documentos de exportación.

Características de la carga

Nuestro producto será puesto para su venta al público en cajas de cartón, las cuales contiene 20 sobre de infusión, las cuales tienen unas dimensiones de 11 x 7 x 7cm, con un peso de 40 gramos por caja.

Posteriormente, se colocarán 12 cajitas por cama, apilando un total de 5 camas por caja máster. Cada caja máster contendrá 2160 cajitas, por lo que pesará 86.4 kilos cada una y presentará las siguientes medidas: 35 x 30 x25 cm.

Finalmente, las cajas serán consolidadas en 3 Pallets americanos para el envío, los cuales serán sometidos previamente a tratamiento térmico, con lo que quedarán aptas para embarque según la Norma Internacional para Medidas Fitosanitarias (NIMF N° 15).

A continuación, se presentarán gráficamente un resumen de la paletización al detalle:

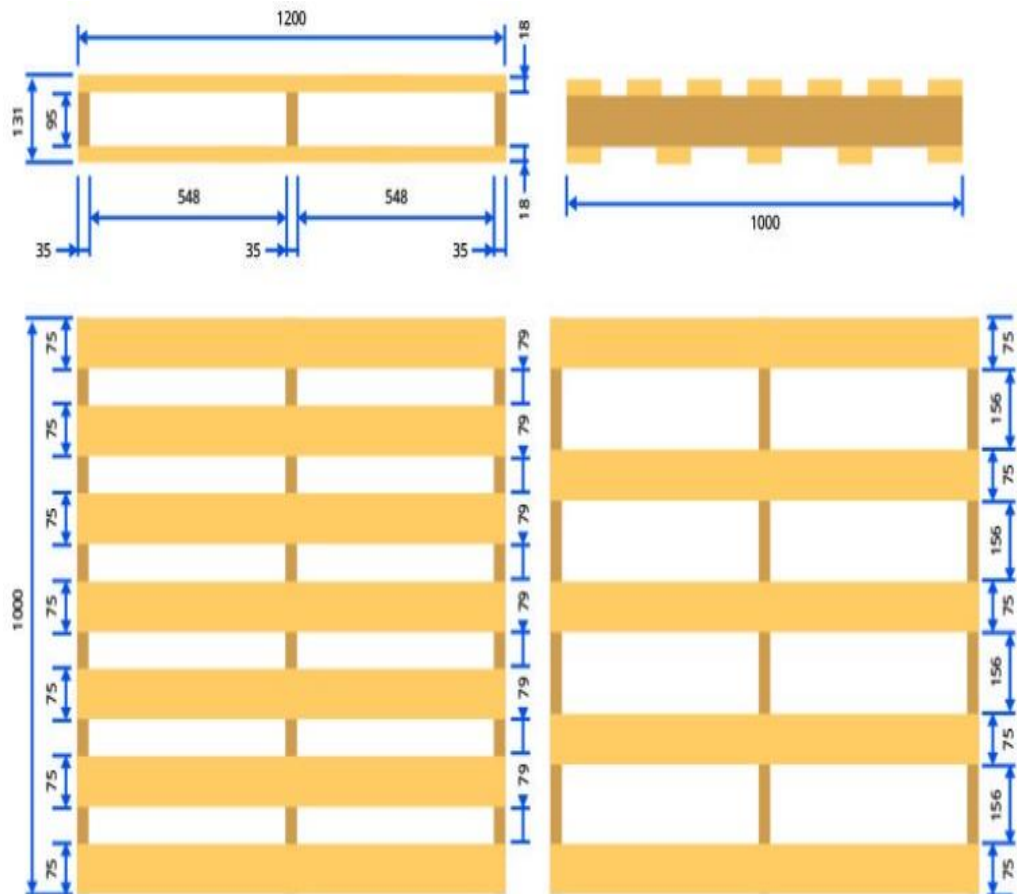
FICHA TÉCNICA DEL PALLET AMERICANO	
Detalle	Valor
Medidas	1.0m x 1.2m x 0.131m
Peso	25 Kg
Carga Dinámica	1,000 Kg
Carga Estática	3,000 Kg
Materia Prima	Madera de pino
Colores	Madera
Tratamiento	NIMF-15

Fuente: Prosatt

Elaborado por: Equipo de trabajo

Tabla N°048: Ficha técnica del pallets.

Pallet Americano

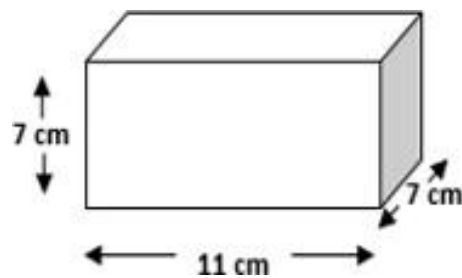


Fuente: Prosatt

Figura N°052: Pallets.

Envase Primario

Caja contiene 20 infusiones



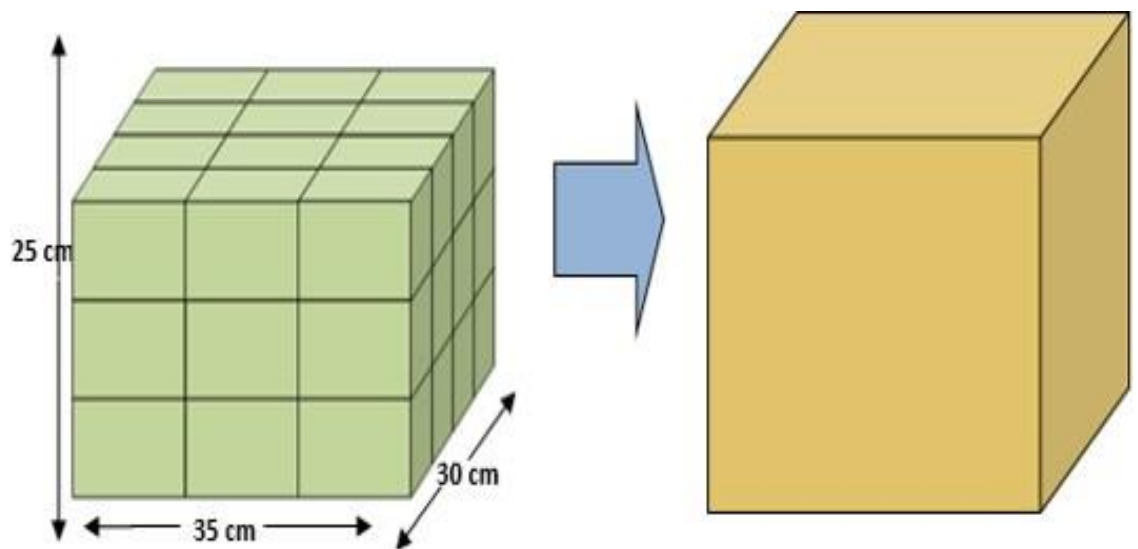
Fuente: Prosatt

Elaborado por: Equipo de trabajo

Figura N°053: Envase.

Caja Master

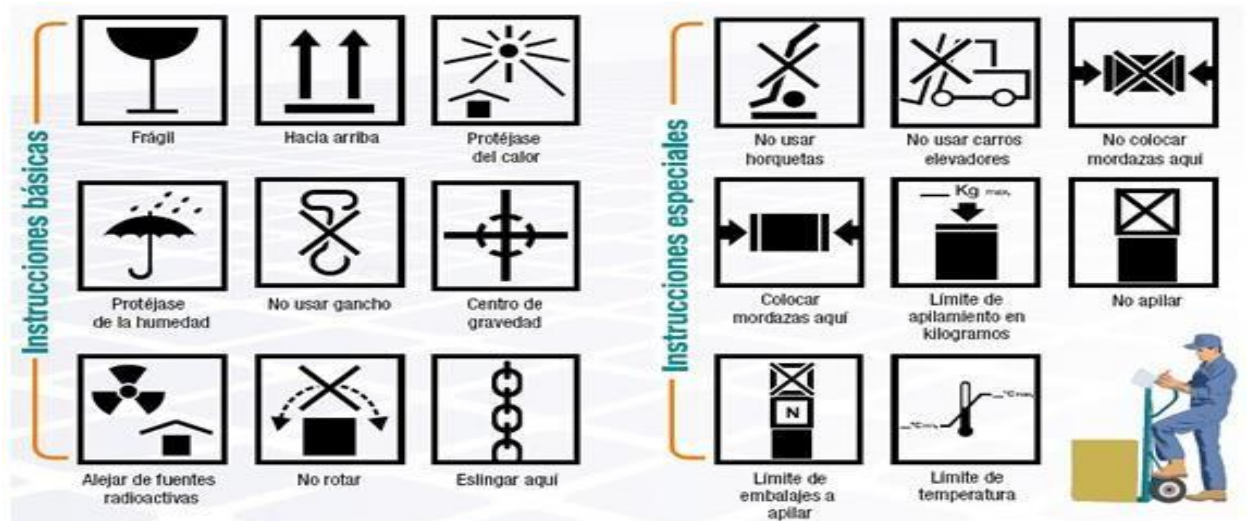
36 envases primarios distribuidos en 5 de camas de 12 cajas



Fuente: Prosatt

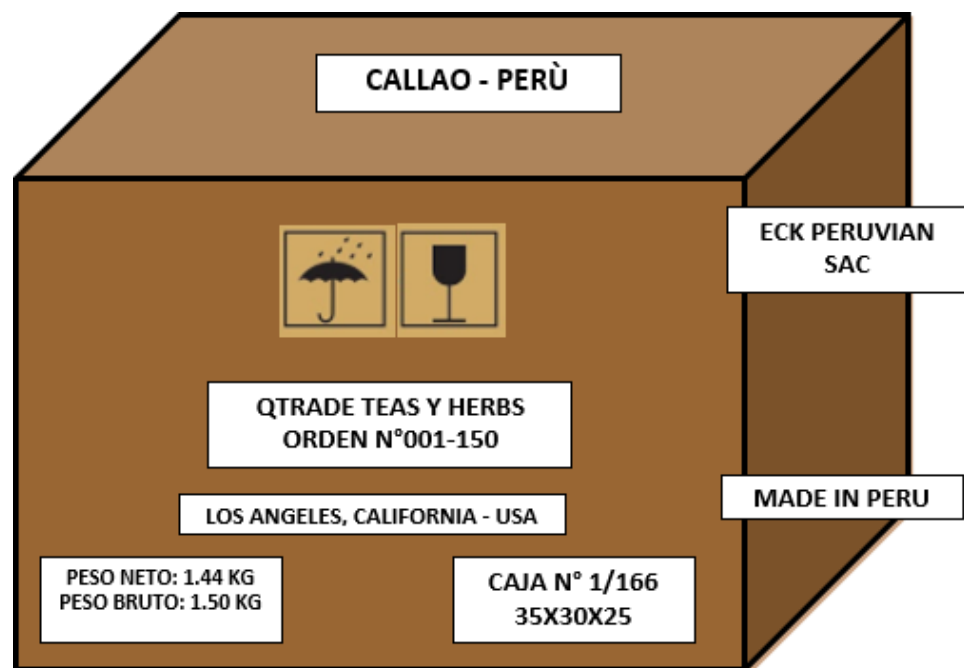
Elaborado por: Equipo de trabajo

Figura N°054: Caja master.



Fuente: Prosatt

Figura N°055: Pictogramas.



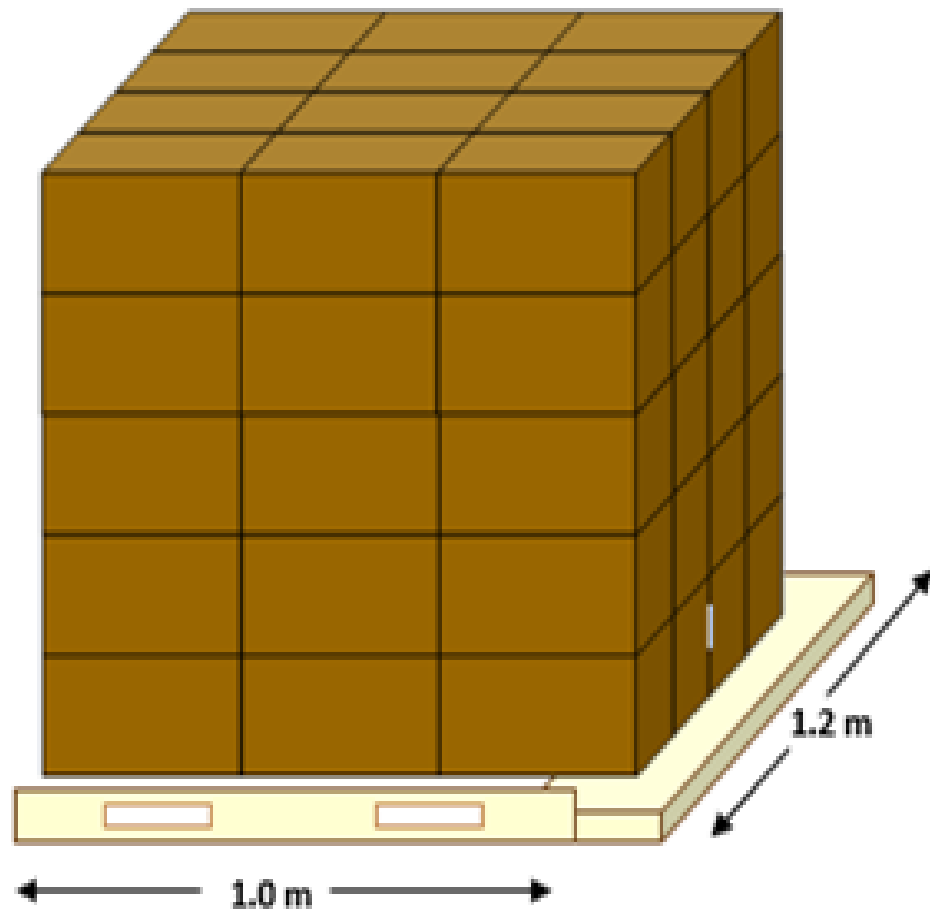
Fuente: Prosatt

Elaborado por: Equipo de trabajo

Figura N°056: Caja master de exportación.

Paletizado

60 cajas Master colocados en un Pallet
Americano



Fuente: Prosatt

Elaborado por: Equipo de trabajo

Figura N°057: Paletizado.

Unitarización

UNITARIZACION DE CAJAS EN PALLET						
LARGO PALLET	ANCHO PALLET	CANTIDAD DE CAJAS LARGO	CANTIDAD DE CAJAS ANCHO	CAJAS POR PALLET	UNIDADES POR CAJA	TOTAL UNIDADES
1.20	1.0	3	4	60	36	2160

DATOS FINALES POR DESPACHO 3 PALLETS)							
LARGO TOTAL	ANCHO TOTAL	ALTO TOTAL	PESO BRUTO TOTAL	PESO NETO TOTAL	CAJAS TOTALES	UNIDADES POR CAJA	TOTAL UNIDADES
3.6	3.0	3.75	314.04 kg	239.04 kg	166	36	5976

Elaborado por: Equipo de trabajo

Tabla N°049: Unitarización.

Requisitos para el ingreso al Mercado Estadounidense

Regulaciones alimentarias:

Para el ingreso de alimentos a EEUU es necesario cumplir los reglamentos indicado por las autoridades competentes, las cuales nos someterán a la regulación y control correspondiente.

- La Environmental Protection Agency (EPA)
- La Food and Drugs Administration (FDA), que pertenece al Department of Health and Human Services (HHS)
- El Animal and Plant Health Inspection Service (APHIS), que pertenece al United States Department of Agriculture (USDA)
- El Food Safety and Inspection Service (FSIS), que pertenece al United States Department of Agriculture (USDA)

Ley contra el bioterrorismo

Esta ley tiene como objetivo evitar el uso de microorganismos de forma criminal, los que tienen como objetivo atentar contra la vida de las personas.

Registro de instalaciones alimentarias

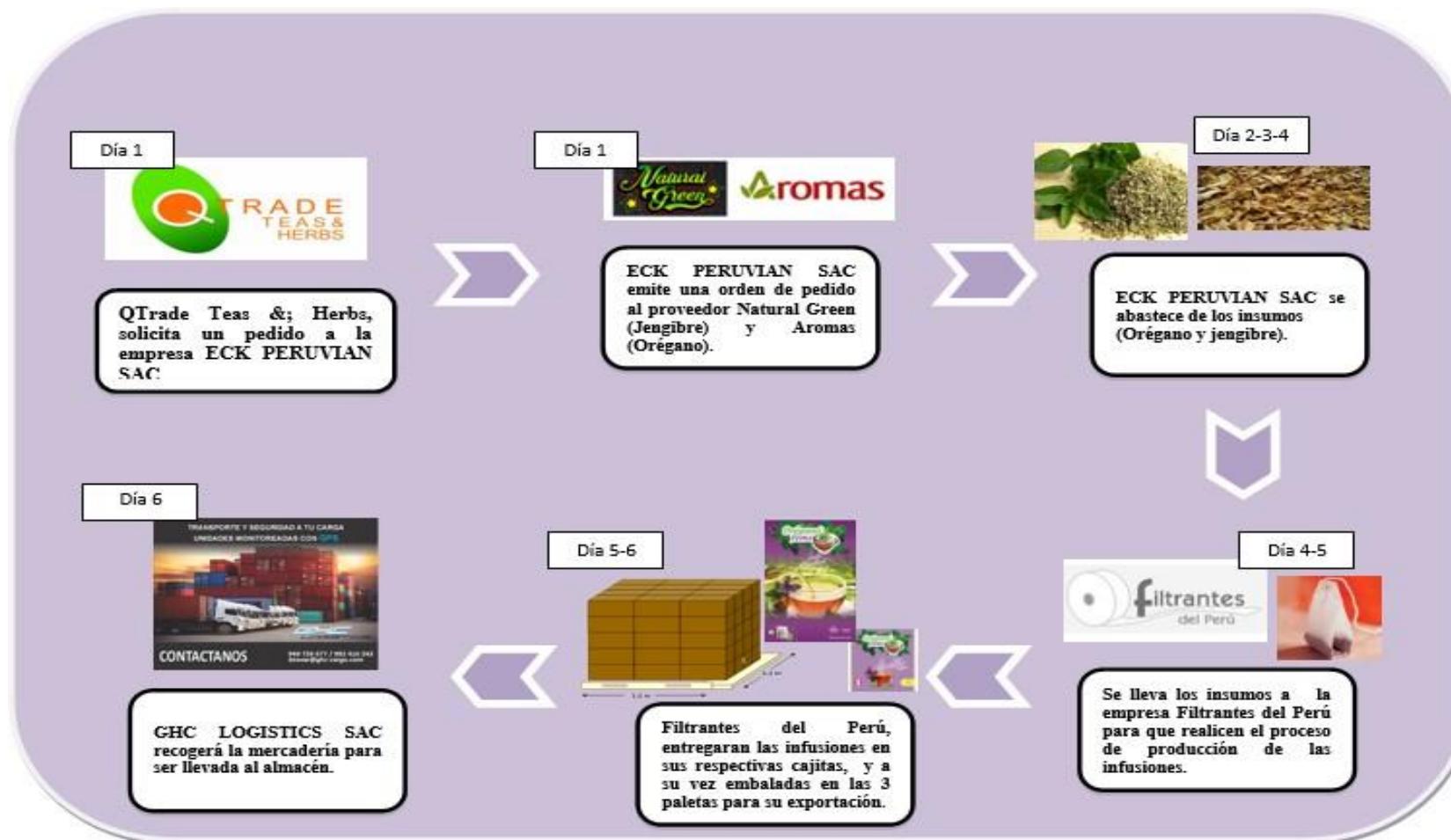
El lugar donde se elabora, procesa, envase o almacena alimentos que serán consumidos en Estados Unidos, deben encontrarse registrados en la FDA.

Este registro solo se debe realizar una vez, pero debe informarse en caso se haga algún cambio.

Límite máximo de residuos de plaguicidas

Es obligatorio que todos los productos que ingresen al mercado estadounidense no deben contar con rastros de plaguicidas o en su defecto el rastro debe encontrarse en el mínimo solicitado por la FIFRA.

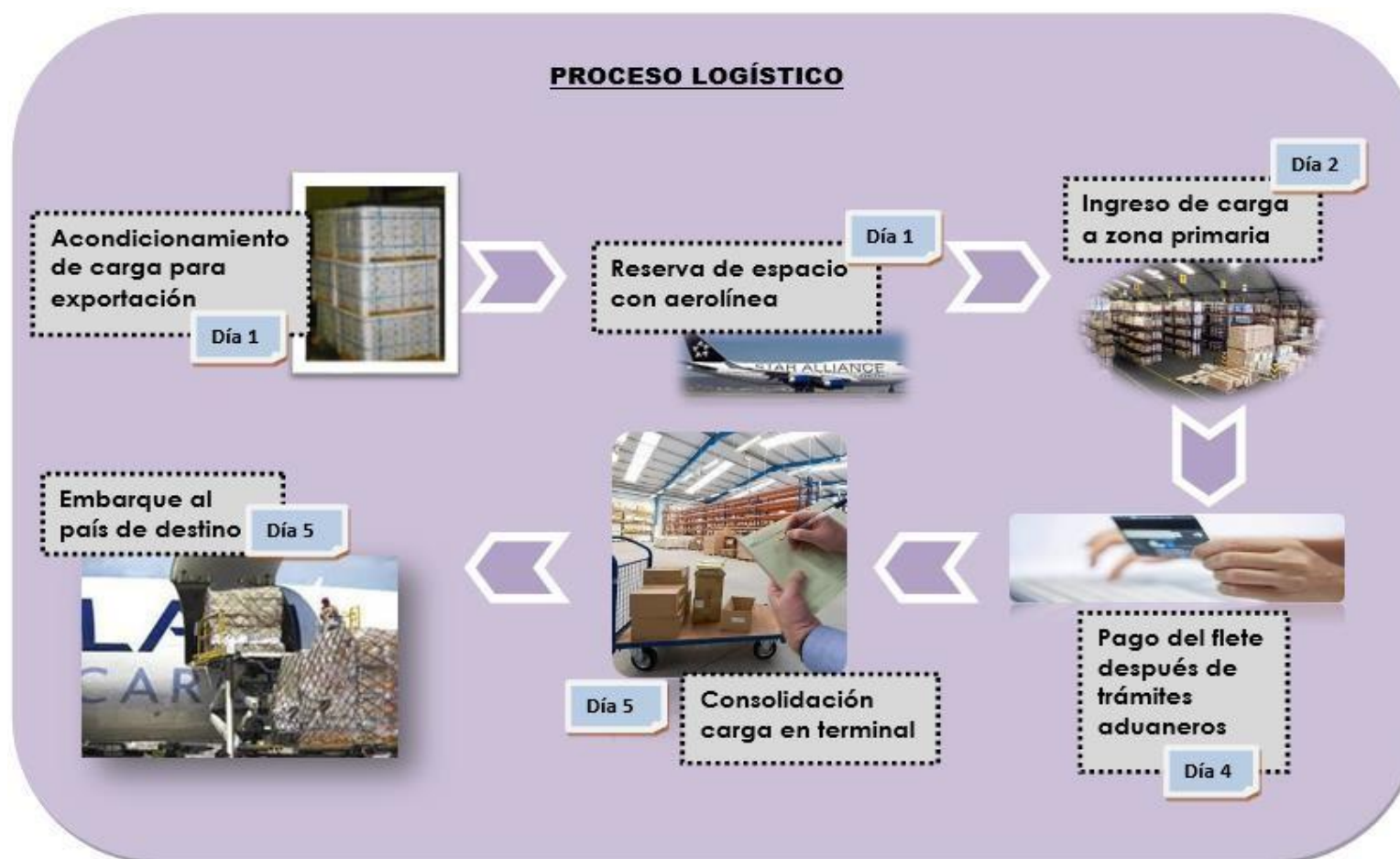
4.1.10. Flujos resumen del DFI (Distribución Física Internacional)



Elaborado por: Equipo de trabajo

Gráfico N°024: Diagrama de Proceso de Elaboración de la Infusión.

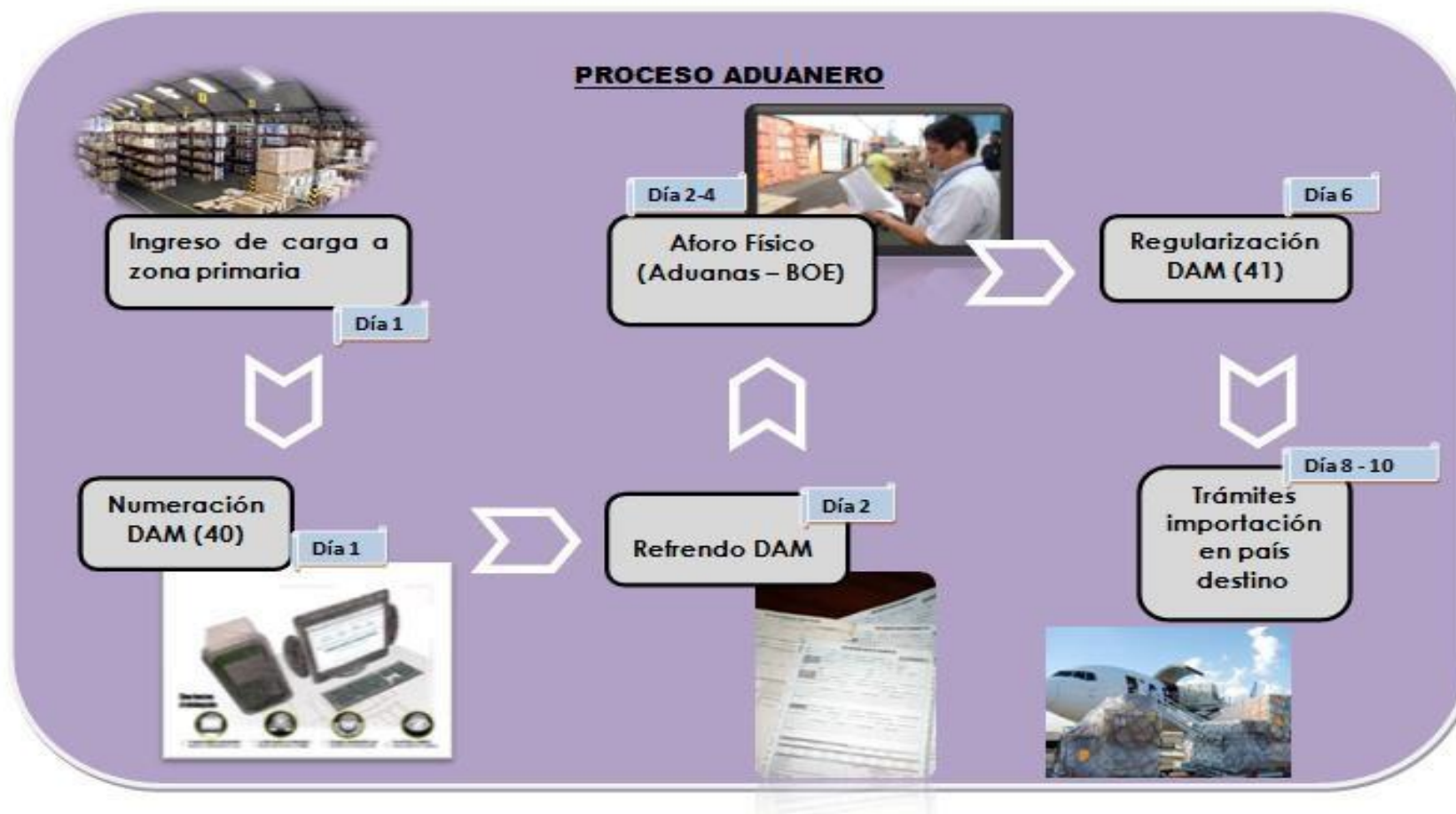
4.1.11. Proceso Logístico



Elaborado por: Equipo de trabajo

Gráfico N°025: Proceso Logístico.

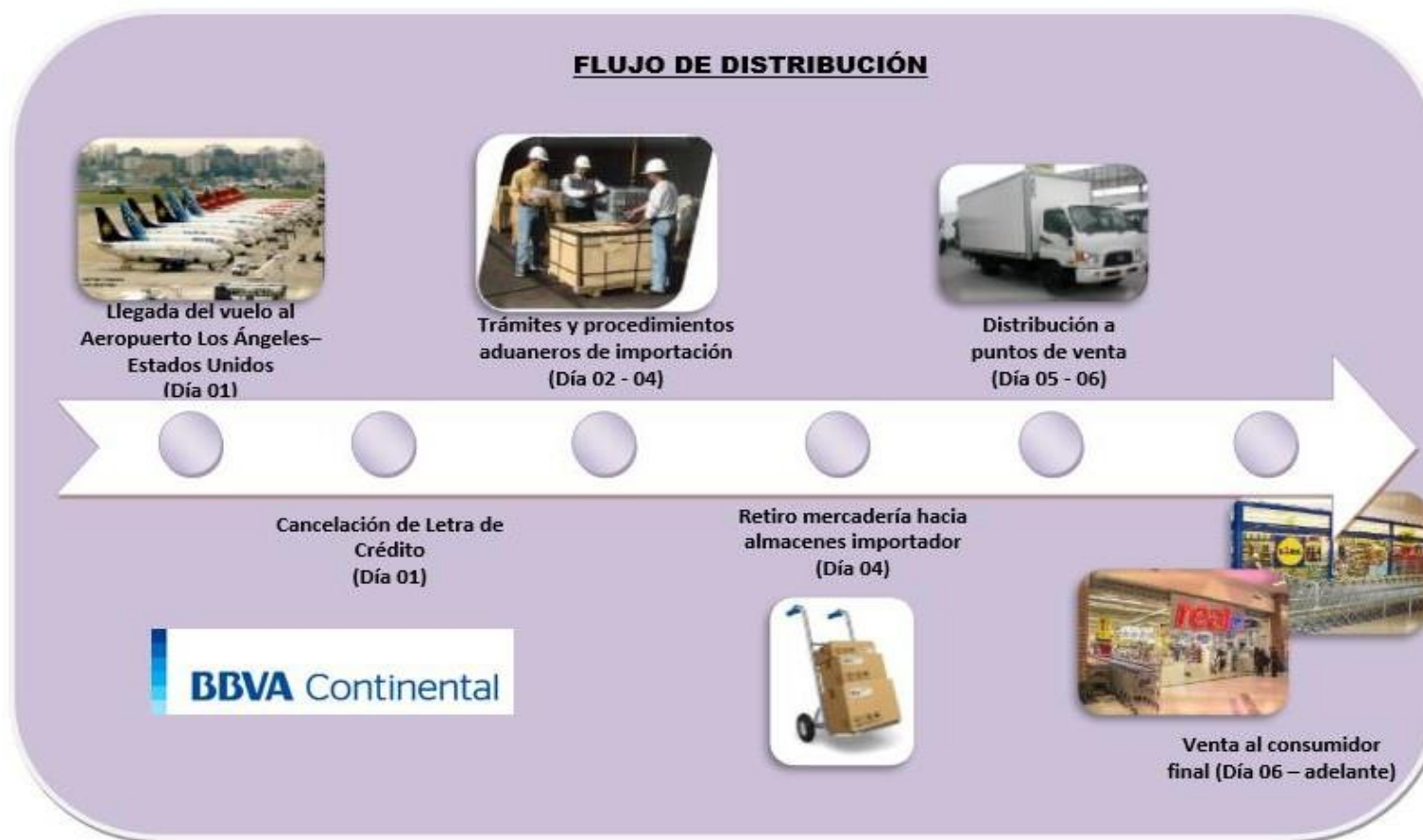
4.1.12. Proceso Aduanero



Elaborado por: Equipo de trabajo

Gráfico N°026: Proceso Aduanero.

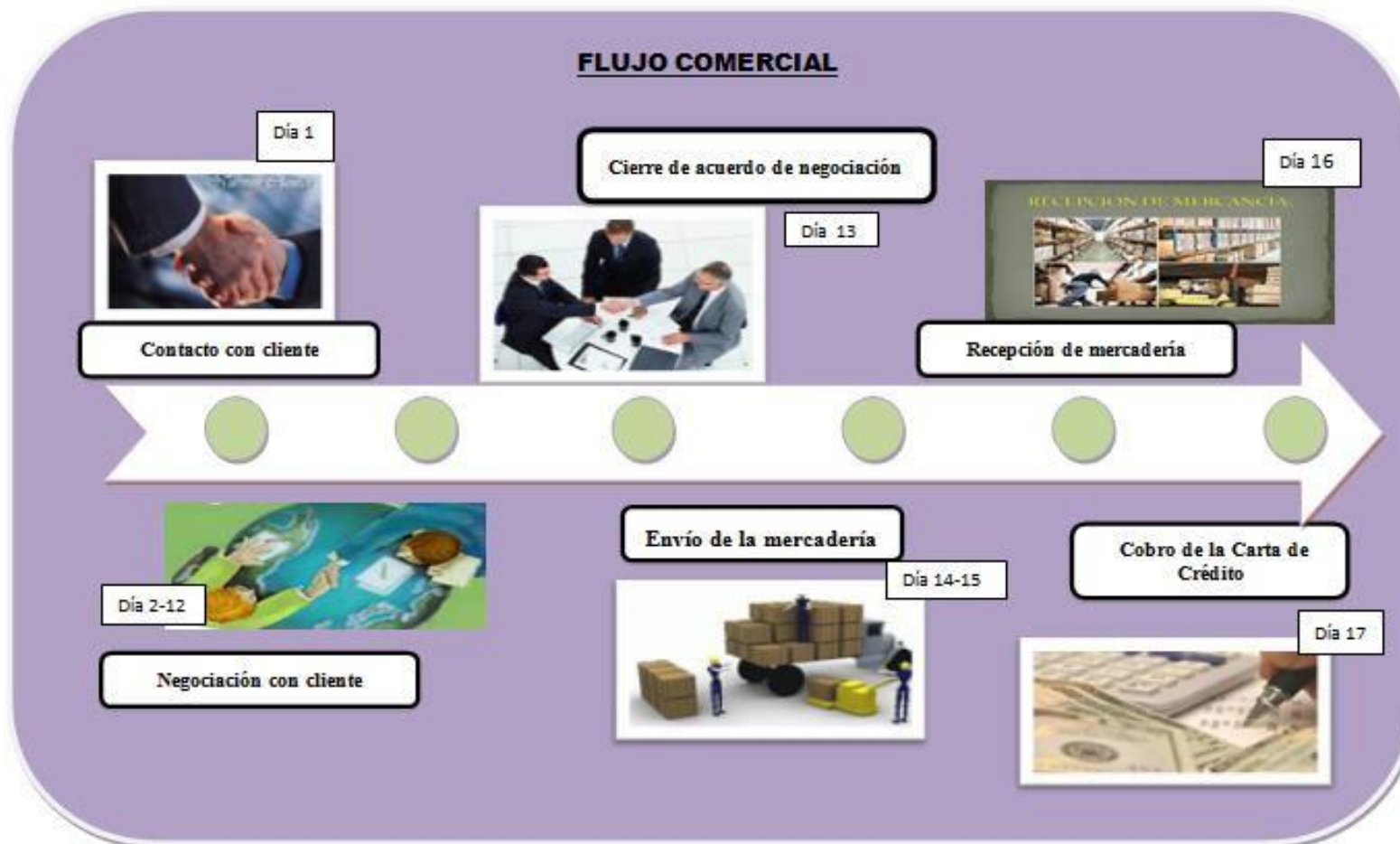
4.1.13. Flujo de Distribución



Elaborado por: Equipo de trabajo

Gráfico N°027: Flujo de Distribución.

4.1.14. Flujo Comercial



Elaborado por: Equipo de trabajo

Gráfico N°028: Flujo Comercial.

4.1.15. Costos de Exportación

GASTOS DE EXPORTACIÓN PARA UN EMBARQUE		
	PRECIO S/. SIN IGV	PRECIO SIN IGV \$
Transporte (Almacén-Aduana)	S/. 990.00	\$300.00
Handling	S/. 231.00	\$70.00
Movimiento Depósito Temporal	S/. 297.00	\$90.00
Movilización Aforo Físico	S/. 247.50	\$75.00
Cuadrilla Aforo Físico	S/. 214.50	\$65.00
Certificado de Origen	S/. 50.00	\$15.15
Gastos Operativos	S/. 297.00	\$90.00
Comision agencia de aduanas	S/. 594.00	\$180.00
TOTAL	S/. 2,921.00	\$885.15

Elaborado por: Equipo de trabajo

Tabla N°050: Gastos de Exportación para un Embarque.

CAPITULO 5

PRESUPUESTO, INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO

5.1. Presupuestos – Inversión – Financiamiento

5.1.1. Presupuesto Operativo

Impuesto a la renta	29.5%
---------------------	-------

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO (en S/.)					
(Expresado en nuevos soles)					
AÑO	2019	2020	2021	2022	2023
MONEDA	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
<i>Ingresos Ventas</i>	S/. 468,385	S/. 504,415	S/. 535,164	S/. 567,738	S/. 602,322
<i>Costo de Ventas</i>	S/. 67,913	S/. 70,216	S/. 72,611	S/. 75,090	S/. 77,662
UTILIDAD BRUTA	S/. 400,471	S/. 434,199	S/. 462,553	S/. 492,648	S/. 524,659
<i>Gastos administrativos</i>	S/. 157,252	S/. 157,252	S/. 157,252	S/. 157,252	S/. 157,252
<i>Gastos de ventas</i>	S/. 42,132	S/. 42,344	S/. 56,399	S/. 65,284	S/. 65,516
UTILIDAD SOBRE FLUJO (EBITDA)	S/. 201,087	S/. 234,603	S/. 248,902	S/. 270,112	S/. 301,891
<i>Depreciación</i>	S/. 2,632	S/. 2,632	S/. 2,632	S/. 2,632	S/. 2,632
<i>Amortización</i>	S/. 196	S/. 196	S/. 196	S/. 196	S/. 196
UTILIDAD OPERATIVA	S/. 198,259	S/. 231,775	S/. 246,074	S/. 267,284	S/. 299,063
<i>Gastos financieros</i>	S/. 11,902	S/. 10,675	S/. 9,900	S/. 9,900	S/. 9,900
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	S/. 186,357	S/. 221,100	S/. 236,174	S/. 257,384	S/. 289,163
<i>Impuesto a la renta</i>	S/. 54,975.27	S/. 65,224.55	S/. 69,671.31	S/. 75,928.25	S/. 85,303.12
UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO	S/. 131,382	S/. 155,876	S/. 166,503	S/. 181,456	S/. 203,860
UTILIDAD ACUMULADA	S/. 131,382	S/. 287,257	S/. 453,760	S/. 635,215	S/. 839,075

Elaborado por: Equipo de trabajo

Tabla N°051: Estado de resultados proyectado.

5.1.2. Presupuesto Financiero

En este capítulo presentaremos los gastos e ingresos que percibirá ECK S.A.C., durante su operación, además de la inversión que necesitará para el inicio de nuestro proyecto de exportación Infusión de orégano y jengibre y la manera en que se financiera al requerir el préstamo monetario.

EXPORTACION DE INFUSION DE OREGANO Y JENGIBRE		
IMPORTADOR - DISTRIBUIDOR:		
PRIMER PEDIDO DE PRODUCCIÓN:	5976	CAJAS INDIVIDUALES (20 SOBRES FILTRANTES)
CAJAS MASTER:	166	36 CAJAS INDIVIDUALES EN CADA UNA
PESO NETO:	239.04	kilogramos

Tasa de Cambio	S/. 3.3
----------------	---------

Elaborado por: Equipo de trabajo

Tabla N°052: Costos de exportación por 1 embarque.

Costo Variable

MATERIA PRIMA					
DESIGNACIÓN	COSTO UNITARIO	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	TOTAL S/.	TOTAL \$
1 Kg de oregano seco deshidratado	S/. 10.00	KILOGRAMOS	119.52	S/. 1,195	\$362
1 Kg de jengibre seco deshidratado	S/. 8.00	KILOGRAMOS	119.52	S/. 956	\$290
Envases y Etiquetados c/u de cajas	S/. 0.10	UNID	5976	S/. 592	\$179
Cajas de exportación	S/. 0.13	UNID	166	S/. 22	\$7
TOTAL				S/. 2,765	\$838
TOTAL CON IGV				S/. 3,263	\$989

COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN - Servicio de Maquila				
DESIGNACIÓN	COSTO UNITARIO	CANTIDAD	TOTAL S/	TOTAL \$
Mano de obra por caja individual	S/. 0.33	5976	S/. 1,972	\$598

Elaborado por: Equipo de trabajo

Tabla N°053: Costo variable.

Costos Fijos

COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN - Otros			
DESIGNACIÓN	COSTO	TOTAL S./	TOTAL \$
Transporte Interno	S/. 360.00	S/. 360.00	\$109
TOTAL SIN IGV		S/. 360	\$109
TOTAL CON IGV		S/. 425	\$137

GASTOS ADMINISTRATIVOS MENSUALES (FIJOS)		
DESIGNACIÓN	TOTAL S/.	TOTAL \$
Remuneración	S/. 10,434	\$3,162
Energía Eléctrica	S/. 100	\$30
Servicio de Agua	S/. 100	\$30
Telefonía + Internet	S/. 150	\$45
Suministros de Limpieza y oficina	S/. 100	\$30
Asesoría Contable	S/. 400	\$121
Alquiler de Local	S/. 1,500	\$455
TOTAL	S/. 12,784	\$3,874

Elaborado por: Equipo de trabajo

Tabla N°054: Costos fijos.

Costo de Ventas

GASTOS DE VENTAS		
DESIGNACIÓN	TOTAL S/.	TOTAL \$
Publicidad en redes sociales	S/. 500.00	\$151.515
TOTAL SIN IGV	S/. 500	\$152
TOTAL CON IGV	S/. 590.00	\$178.79

GASTOS DE EXPORTACIÓN PARA UN EMBARQUE		
	PRECIO S/. SIN IGV	PRECIO SIN IGV \$
Transporte (Almacén-Aduana)	S/. 990.00	\$300.00
Handling	S/. 231.00	\$70.00
Movimiento Depósito Temporal	S/. 297.00	\$90.00
Movilización Aforo Físico	S/. 247.50	\$75.00
Cuadrilla Aforo Físico	S/. 214.50	\$65.00
Certificado de Origen	S/. 50.00	\$15.15
Gastos Operativos	S/. 297.00	\$90.00
Comisión agencia de aduanas	S/. 594.00	\$180.00
TOTAL	S/. 2,921.00	\$885.15

Elaborado por: Equipo de trabajo

Tabla N°055: Gastos de ventas.

5.2. Estructura de la Inversión

5.2.1. Inversión Tangible

INVERSIÓN EN ACTIVOS TANGIBLES

Acondicionamiento del local

La inversión en edificios incluye las estructuras, instalaciones eléctricas y sanitarias.

*No incluyen IGV

DESCRIPCIÓN	ÁREA M2	PRECIO POR	SUB-TOTAL
Acondicionamiento del local	120	S/. 15.00	S/. 1,800.00
TOTAL			S/. 1,800.00

a. Equipo de procesamiento de datos:

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIOS/.	SUB-TOTAL S/.	SUB-TOTAL CON IGV
Computadora	4	S/. 1,900	S/. 7,600	S/. 8,968
Impresora/Fotocopiadora	1	S/. 900	S/. 900	S/. 1,062
TOTAL			S/. 8,500.00	S/. 10,030.00

b. Muebles y enseres:

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIOS/.	SUB-TOTAL S/.	SUB-TOTAL CON IGV
Librero estante de madera	2	S/. 400	S/. 800	S/. 944
Escritorio p/ computadora	4	S/. 300	S/. 1,200	S/. 1,416
Equipos de telefonía	4	S/. 150	S/. 600	S/. 708
Silla ejecutiva giratoria	4	S/. 180	S/. 720	S/. 850
Archivador de metal	2	S/. 400	S/. 800	S/. 944
Tacho de basura cromado chico	4	S/. 50	S/. 200	S/. 236
TOTAL			S/. 4,320.00	S/. 5,097.60

c. Otros:

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIOS/.	SUB-TOTAL S/.	SUB-TOTAL CON IGV
Iluminación de interior	3	S/. 250	S/. 750	S/. 885
TOTAL			S/. 750.00	S/. 885.00
TOTAL INVERSIÓN FIJA TANGIBLE				S/. 17,812.60

Elaborado por: Equipo de trabajo

Tabla N°056: Inversión en activos tangibles.

5.2.2. Inversión Intangible

INVERSIÓN EN ACTIVOS INTANGIBLES

* No incluyen IGV. Trámites de licencia y defensa civil no está afecto al IGV.

DESCRIPCIÓN	S/.
Certificado de búsqueda mercantil	S/. 4.00
Reserva de nombre en SUNARP	S/. 18.00
Elaboración de minuta	S/. 200.00
Elevar la minuta a escritura pública	S/. 150.00
Elevar la escritura pública en la SUNARP	S/. 90.00
Inscripción de RUC	S/. 0.00
Licencia de funcionamiento	S/. 550.40
Registro marca INDECOPI	S/. 700.00
Diseño de pagina web	S/. 250.00
TOTAL	S/. 1,962.40

TOTAL INVERSIÓN FIJA INTANGIBLE	S/. 1,962.40
--	---------------------

Elaborado por: Equipo de trabajo

Tabla N°057: Inversión en activos intangibles.

Capital de Trabajo

TC:	S/. 3.30
-----	----------

MÉTODO DEL DÉFICIT ACUMULADO MÁXIMO

INGRESOS	ENER	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
Volumen de ventas	5976	5750	5982	4976	5980	3976	6250	6976	5925	5972	5973	7976
precio	S/. 6.53	S/. 6.53	S/. 6.53	S/. 6.53	S/. 6.53	S/. 6.53	S/. 6.53	S/. 6.53	S/. 6.53	S/. 6.53	S/. 6.53	S/. 6.53
INGRESOS - Pago a 15 días	S/. 0.00	S/. 39,032.05	S/. 37,555.94	S/. 39,071.24	S/. 32,500.59	S/. 39,058.18	S/. 25,969.12	S/. 40,821.68	S/. 45,563.52	S/. 38,698.95	S/. 39,005.93	S/. 39,012.46
EGRESOS												
Materia Prima	S/. 3,262.58	S/. 3,262.58	S/. 3,262.58	S/. 3,262.58	S/. 3,262.58	S/. 3,262.58	S/. 3,262.58	S/. 3,262.58	S/. 3,262.58	S/. 3,262.58	S/. 3,262.58	S/. 3,262.58
Mano de Obra Directa	S/. 1,972.08	S/. 1,972.08	S/. 1,972.08	S/. 1,972.08	S/. 1,972.08	S/. 1,972.08	S/. 1,972.08	S/. 1,972.08	S/. 1,972.08	S/. 1,972.08	S/. 1,972.08	S/. 1,972.08
Costos Indirectos de Fabricación	S/. 424.80	S/. 424.80	S/. 424.80	S/. 424.80	S/. 424.80	S/. 424.80	S/. 424.80	S/. 424.80	S/. 424.80	S/. 424.80	S/. 424.80	S/. 424.80
Gastos Administrativos	S/. 10,743.00	S/. 10,743.00	S/. 10,743.00	S/. 10,743.00	S/. 10,743.00	S/. 10,743.00	S/. 10,743.00	S/. 10,743.00	S/. 10,743.00	S/. 10,743.00	S/. 10,743.00	S/. 10,743.00
Salarios	S/. 8,393.00	S/. 8,393.00	S/. 8,393.00	S/. 8,393.00	S/. 8,393.00	S/. 8,393.00	S/. 8,393.00	S/. 8,393.00	S/. 8,393.00	S/. 8,393.00	S/. 8,393.00	S/. 8,393.00
Energía Eléctrica+ Agua+ Suministros de oficina	S/. 300.00	S/. 300.00	S/. 300.00	S/. 300.00	S/. 300.00	S/. 300.00	S/. 300.00	S/. 300.00	S/. 300.00	S/. 300.00	S/. 300.00	S/. 300.00
Asesoría Contable	S/. 400.00	S/. 400.00	S/. 400.00	S/. 400.00	S/. 400.00	S/. 400.00	S/. 400.00	S/. 400.00	S/. 400.00	S/. 400.00	S/. 400.00	S/. 400.00
Telefonía + Internet	S/. 150.00	S/. 150.00	S/. 150.00	S/. 150.00	S/. 150.00	S/. 150.00	S/. 150.00	S/. 150.00	S/. 150.00	S/. 150.00	S/. 150.00	S/. 150.00
Alquiler de Oficina	S/. 1,500.00	S/. 1,500.00	S/. 1,500.00	S/. 1,500.00	S/. 1,500.00	S/. 1,500.00	S/. 1,500.00	S/. 1,500.00	S/. 1,500.00	S/. 1,500.00	S/. 1,500.00	S/. 1,500.00
Gastos de Ventas	S/. 590.00	S/. 590.00	S/. 590.00	S/. 590.00	S/. 590.00	S/. 590.00	S/. 590.00	S/. 590.00	S/. 590.00	S/. 590.00	S/. 590.00	S/. 590.00
TOTAL EGRESO	S/. 16,992.46	S/. 16,992.46	S/. 16,992.46	S/. 16,992.46	S/. 16,992.46	S/. 16,992.46	S/. 16,992.46	S/. 16,992.46	S/. 16,992.46	S/. 16,992.46	S/. 16,992.46	S/. 16,992.46
SALDO MENSUAL	-S/. 16,992.46	S/. 22,039.60	S/. 20,563.48	S/. 22,078.79	S/. 15,508.13	S/. 22,065.72	S/. 8,976.66	S/. 23,829.22	S/. 28,571.06	S/. 21,706.49	S/. 22,013.47	S/. 22,020.00
SALDO ACUMULADO	-S/. 16,992.46	S/. 5,047.14	S/. 25,610.62	S/. 47,689.41	S/. 63,197.54	S/. 85,263.26	S/. 94,239.92	S/. 118,069.14	S/. 146,640.20	S/. 168,346.70	S/. 190,360.17	S/. 212,380.17

Elaborado por: Equipo de trabajo

Tabla N°058 Capital de trabajo.

Cuadro Resumen

CUADRO RESUMEN		
INVERSIÓN FIJA		
(Expresado en nuevos soles)		
	SIN IGV	CON IGV
1. INVERSIÓN FIJA TANGIBLE	S/. 15,370.00	S/. 17,812.60
Equipo procesamiento de datos	S/. 8,500.00	S/. 10,030.00
Muebles y enseres	S/. 4,320.00	S/. 5,097.60
Acondicionamiento del local	S/. 1,800.00	S/. 1,800.00
Otros	S/. 750.00	S/. 885.00
2. INVERSIÓN FIJA INTANGIBLE	S/. 1,609.17	S/. 1,962.40
Constitución de la empresa	S/. 378.84	S/. 462.00
Licencia de funcionamiento	S/. 451.33	S/. 550.40
Registro marca INDECOPI	S/. 574.00	S/. 700.00
Diseño de pagina web	S/. 205.00	S/. 250.00
TOTAL INVERSIÓN TANGIBLE E INTANGIBLE	S/. 16,979.17	S/. 19,775.00
IGV		
	S/. 2,795.83	
3. CAPITAL DE TRABAJO	S/. 16,992.46	
Existencias	S/. 3,262.58	
Disponibile	S/. 12,229.88	
Exigible	S/. 1,500.00	
TOTAL INVERSIÓN INICIAL	S/. 36,767.46	

Elaborado por: Equipo de trabajo

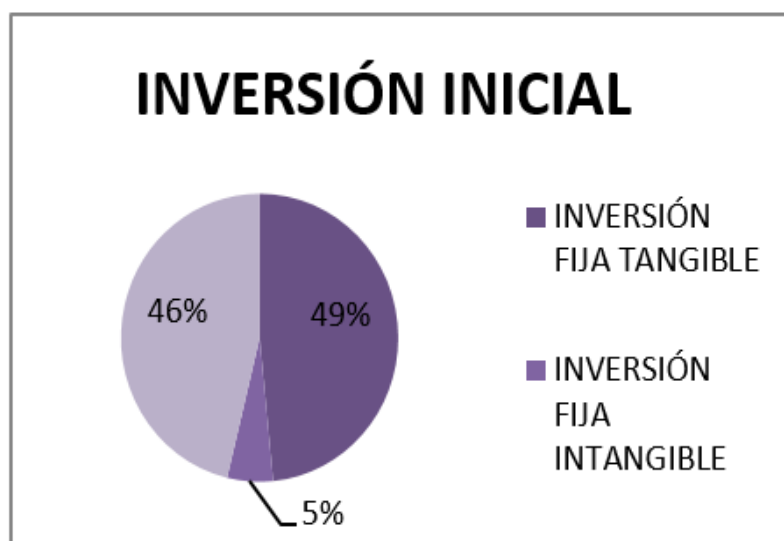
Tabla N°059: Cuadro resumen.

5.3. Financiamiento de la Inversión

5.3.1. Evaluación de las Fuentes de Financiamiento

Nuestra Evaluación de Financiamiento de nuestro proyecto consideramos a los bancos y cajas de las cuales tenemos las siguientes fuentes como: BANCO CONTINENTAL, BANCO SCOTIABANK, BANCO DE BCP Y BANCO PICHINCHA.

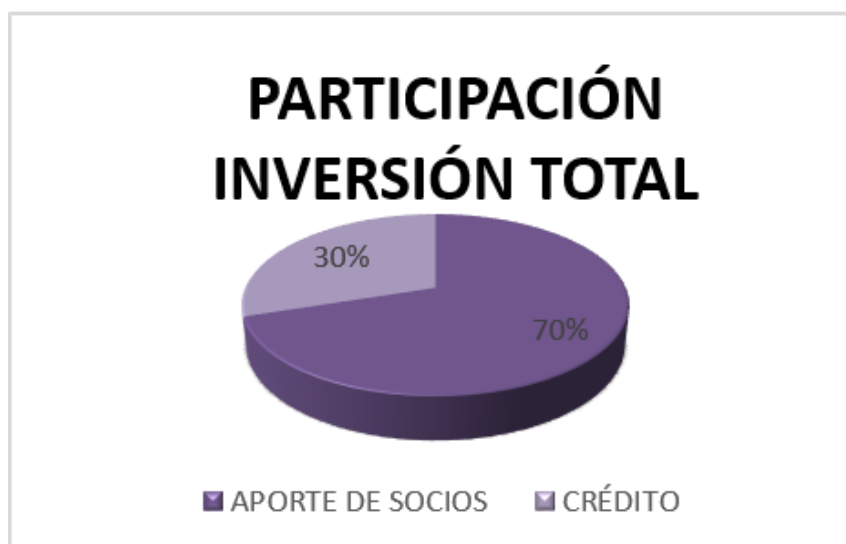
RESUMEN INVERSIÓN INICIAL		
	MONTO S/.	%
INVERSIÓN FIJA TANGIBLE	S/. 17,812.60	48%
INVERSIÓN FIJA INTANGIBLE	S/. 1,962.40	5%
CAPITAL DE TRABAJO	S/. 16,992.46	46%
TOTAL	S/. 36,767.46	100%



Elaborado por: Equipo de trabajo

Gráfico N°029: Inversión inicial.

DETALLES	MONTO S/.	%
APORTE DE SOCIOS	S/. 25,737.22	70%
CRÉDITO	S/. 11,030.24	30%
TOTAL INVERSIÓN	S/. 36,767.46	100%



Elaborado por: Equipo de trabajo

Gráfico N°030: Participación Inversión total.

5.3.2. Estructura de Financiamiento

ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO		
Expresado en nuevos soles		
DETALLES	SUB-TOTAL	TOTAL
APORTES DE SOCIOS		S/. 25,737.22
TOTAL INVERSIÓN FIJA TANGIBLE	S/. 17,812.60	S/. 19,775.00
TOTAL INVERSIÓN FIJA INTANGIBLE	S/. 1,962.40	
RESERVA PARA CAPITAL		S/. 5,962.22
CRÉDITO		S/. 11,030.24
CAPITAL DE TRABAJO		S/. 16,992.46
RESERVA PARA CAPITAL		S/. 5,962.22

Elaborado por: Equipo de trabajo

Tabla N°060: Estructura de financiamiento.

APORTE DE SOCIOS		
Expresado en nuevos soles		
SOCIOS	MONTO S/.	PARTICIPACIÓN %
CESAR	S/. 8,578.22	33.33%
EVA	S/. 8,578.22	33.33%
KAYLA	S/. 8,580.79	33.34%
TOTAL	S/. 25,737.22	100%



Elaborado por: Equipo de trabajo

Gráfico N°031: Aporte de socios.

Financiamiento

	Monto	Participación %
INVERSIÓN	S/. 36,767.46	100%
PATRIMONIO	S/. 25,737.22	70%
DEUDA	S/. 11,030.24	30%

AMORTIZACIÓN DE LA DEUDA				
(Expresado en nuevos soles)				
Periodo	Saldo Deuda	Intereses + Seguro	Principal	Cuota
0	S/. 11,030.24			
1	S/. 10,662.32	S/. 207.37	S/. 367.91	S/. 575.28
2	S/. 10,287.49	S/. 200.45	S/. 374.83	S/. 575.28
3	S/. 9,905.61	S/. 193.40	S/. 381.88	S/. 575.28
4	S/. 9,516.55	S/. 186.23	S/. 389.06	S/. 575.28
5	S/. 9,120.18	S/. 178.91	S/. 396.37	S/. 575.28
6	S/. 8,716.36	S/. 171.46	S/. 403.82	S/. 575.28
7	S/. 8,304.94	S/. 163.87	S/. 411.42	S/. 575.28
8	S/. 7,885.79	S/. 156.13	S/. 419.15	S/. 575.28
9	S/. 7,458.76	S/. 148.25	S/. 427.03	S/. 575.28
10	S/. 7,023.70	S/. 140.22	S/. 435.06	S/. 575.28
11	S/. 6,580.47	S/. 132.05	S/. 443.24	S/. 575.28
12	S/. 6,128.90	S/. 123.71	S/. 451.57	S/. 575.28
13	S/. 5,668.84	S/. 115.22	S/. 460.06	S/. 575.28
14	S/. 5,200.13	S/. 106.57	S/. 468.71	S/. 575.28
15	S/. 4,722.61	S/. 97.76	S/. 477.52	S/. 575.28
16	S/. 4,236.11	S/. 88.78	S/. 486.50	S/. 575.28
17	S/. 3,740.46	S/. 79.64	S/. 495.64	S/. 575.28
18	S/. 3,235.50	S/. 70.32	S/. 504.96	S/. 575.28

DATOS DE AMORTIZACIÓN	
Deuda	S/. 11,030.24
Periodo	24 Meses
TEM	1.88%
TEA	25.00%

RESUMEN	
Primer Año	
Principal	S/. 4,901.34
Intereses	S/. 2,002.06
Segundo Año	
Principal	S/. 6,128.90
Intereses	S/. 774.50

19	S/. 2,721.04	S/. 60.83	S/. 514.46	S/. 575.28
20	S/. 2,196.92	S/. 51.16	S/. 524.13	S/. 575.28
21	S/. 1,662.94	S/. 41.30	S/. 533.98	S/. 575.28
22	S/. 1,118.92	S/. 31.26	S/. 544.02	S/. 575.28
23	S/. 564.67	S/. 21.04	S/. 554.25	S/. 575.28
24	S/. 0.00	S/. 10.62	S/. 564.67	S/. 575.28
Total		S/. 2,776.56	S/. 11,030.24	S/. 13,806.80

SCOTIABANK	BCP	PICHINCHA
TEA: 25%	TEA: 29.5%	TEA: 24.5%
TEM: 1.88%	TEM: 2.18%	TEM: 1.84%
Tiempo: 24meses	Tiempo: 24meses	Tiempo: 24meses
Capital de trabajo	Capital de trabajo	Capital de trabajo

Elaborado por: Equipo de trabajo

Tabla N°061: Financiamiento.

5.3.3. Cuadro de Servicio de la deuda

DEPRECIACIÓN								
(Expresado en nuevos soles)								
	Monto	Tasa	2018	2019	2020	2021	2022	2023
INVERSIÓN FIJA TANGIBLE								
Equipo de computo	S/. 8,500	25%	S/. 2,125	S/. 2,125	S/. 2,125	S/. 2,125	S/. 2,125	S/. 2,125
Muebles y enseres	S/. 4,320	10%	S/. 432	S/. 432	S/. 432	S/. 432	S/. 432	S/. 432
Otros	S/. 750	10%	S/. 75	S/. 75	S/. 75	S/. 75	S/. 75	S/. 75
TOTAL	S/. 13,570.00		S/. 2,632	S/. 2,632	S/. 2,632	S/. 2,632	S/. 2,632	S/. 2,632

AMORTIZACIÓN							
(Expresado en nuevos soles)							
INVERSIÓN FIJA INTANGIBLE							
Varios	S/. 1,962	10%	S/. 196	S/. 196	S/. 196	S/. 196	S/. 196
TOTAL	S/. 1,962		S/. 196	S/. 196	S/. 196	S/. 196	S/. 196

AÑOS	2019	2020	2021	2022	2023
MONEDA	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
Inversion Inicial	S/. 13,570	S/. 10,938	S/. 8,306	S/. 5,674	S/. 3,042
Compra de Activos					
Depreciacion	S/. 2,632	S/. 2,632	S/. 2,632	S/. 2,632	S/. 2,632
INVERSION NETA	S/. 10,938	S/. 8,306	S/. 5,674	S/. 3,042	S/. 410

Elaborado por: Equipo de trabajo

Tabla N°062: Depreciación.

5.4. Proyección de Ventas

Tasa de Cambio: 3.3

PROYECCIÓN DE VENTAS 2019												
PRODUCTO	ENER	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
INFUSION DE OREGANO Y JENGIBRE	5976	5750	5982	4976	5980	3976	6250	6976	5925	5972	5973	7976

PROYECCIÓN DE VENTAS 2020												
PRODUCTO	ENER	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
INFUSION DE OREGANO Y JENGIBRE	6155	5923	6161	5125	6159	4095	6438	7185	6103	6151	6152	8213

PROYECCIÓN DE VENTAS 2021												
PRODUCTO	ENER	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
INFUSION DE OREGANO Y JENGIBRE	6340	6105	6345	5280	6345	4220	6630	7400	6285	6335	6335	8460

PROYECCIÓN DE VENTAS 2022												
PRODUCTO	ENER	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
INFUSION DE OREGANO Y JENGIBRE	6530	6288	6535	5438	6535	4347	6828	7622	6475	6525	6524	8713

PROYECCIÓN DE VENTAS 2023												
PRODUCTO	ENER	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
INFUSION DE OREGANO Y JENGIBRE	6725	6475	6730	5605	6730	4475	7035	7850	6670	6720	6720	8977

PROYECCIÓN DE VENTAS DE 2019 AL 2023					
AÑOS	2019	2020	2021	2022	2023
Envases	Unidad	Unidad	Unidad	Unidad	Unidad
TOTAL	71712	73860	76080	78360	80712

Elaborado por: Equipo de trabajo

Tabla N°063: Proyección de ventas.

Presupuesto de Ventas

Tasa de Cambio:	3.3
-----------------	-----

PRESUPUESTO DE VENTA DEL PRODUCTO

PRODUCTO	AÑO 2019	AÑO 2020	AÑO 2021	AÑO 2022	AÑO 2023
Volumen Proyectado	71712	73860	76080	78360	80712
Precio de venta unitario	\$1.98	\$2.04	\$2.10	\$2.16	\$2.23
INGRESO POR VENTAS USD	\$141,934.74	\$150,571.72	\$159,750.35	\$169,473.96	\$179,797.60
INGRESO POR VENTAS S/.	S/. 468,384.65	S/. 504,415.25	S/. 535,163.68	S/. 567,737.76	S/. 602,321.95

Presupuesto de Producción

PRESUPUESTO DE PRODUCCIÓN					
PROYECCIÓN DE VENTAS	AÑO 2019	AÑO 2020	AÑO 2021	AÑO 2022	AÑO 2023
VENTAS ESTIMADAS	71712	73860	76080	78360	80712
INVENTARIO FINAL	0	0	0	0	0
EXIGENCIA PROD.	71712	73860	76080	78360	80712
INVENTARIO INICIAL	0	0	0	0	0
UNIDADES DE PRODUCCIÓN	71712	73860	76080	78360	80712

Elaborado por: Equipo de trabajo

Tabla N°064: Presupuesto de ventas - Presupuesto de Producción.

Presupuesto Materia Prima

IGY	18%
------------	-----

PRESUPUESTO DE MATERIAS PRIMAS

	AÑO 2019	AÑO 2020	AÑO 2021	AÑO 2022	AÑO 2023
1 Kg de oregano seco deshidratado	S/. 14,342.40	S/. 14,772.67	S/. 15,215.85	S/. 15,672.33	S/. 16,142.50
1 Kg de jengibre seco deshidratado	S/. 11,473.92	S/. 11,818.14	S/. 12,172.68	S/. 12,537.86	S/. 12,914.00
Envases y Etiquetados c/u de cajas	S/. 7,099.49	S/. 7,531.50	S/. 7,990.61	S/. 8,476.98	S/. 8,993.36
Cajas de exportación	S/. 262.94	S/. 277.36	S/. 295.76	S/. 313.29	S/. 331.60
TOTAL	S/. 33,178.75	S/. 34,399.67	S/. 35,674.91	S/. 37,000.46	S/. 38,381.46
TOTAL CON IGY	S/. 39,150.93	S/. 40,591.61	S/. 42,096.39	S/. 43,660.54	S/. 45,290.13

CIF - Servicio de Maquila

CIF - Servicio de Maquila

DESIGNACIÓN	AÑO 2019	AÑO 2020	AÑO 2021	AÑO 2022	AÑO 2023
Mano de obra por caja	S/. 23,664.96	S/. 24,373.80	S/. 25,106.40	S/. 25,858.80	S/. 26,634.96

Elaborado por: Equipo de trabajo

Tabla N°065: Presupuesto de materia prima – (CIF - Servicio de maquila)

CIF-Otros

IGV	18%
-----	-----

COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN

ITEM	AÑO 2019	AÑO 2020	AÑO 2021	AÑO 2022	AÑO 2023
Transporte Interno	S/. 4,320.00	S/. 4,449.60	S/. 4,583.09	S/. 4,720.58	S/. 4,862.20
TOTAL	S/. 4,320.00	S/. 4,449.60	S/. 4,583.09	S/. 4,720.58	S/. 4,862.20
TOTAL CON IGV	S/. 5,097.60	S/. 5,250.53	S/. 5,408.04	S/. 5,570.29	S/. 5,737.39

Presupuesto de Gastos Administrativo

IGV	18%
-----	-----

PRESUPUESTO DE GASTOS ADMINISTRATIVOS

ITEM	AÑO 2019	AÑO 2020	AÑO 2021	AÑO 2022	AÑO 2023
Remuneración	S/. 129,052.00	S/. 129,052.00	S/. 129,052.00	S/. 129,052.00	S/. 129,052.00
Energía Eléctrica	S/. 1,200.00	S/. 1,200.00	S/. 1,200.00	S/. 1,200.00	S/. 1,200.00
Servicio de Agua	S/. 1,200.00	S/. 1,200.00	S/. 1,200.00	S/. 1,200.00	S/. 1,200.00
Telefonía + Internet	S/. 1,800.00	S/. 1,800.00	S/. 1,800.00	S/. 1,800.00	S/. 1,800.00
Alquiler de Oficina	S/. 18,000.00	S/. 18,000.00	S/. 18,000.00	S/. 18,000.00	S/. 18,000.00
Suministros de Oficina y Limpieza + Asesoría	S/. 6,000.00	S/. 6,000.00	S/. 6,000.00	S/. 6,000.00	S/. 6,000.00
TOTAL	S/. 157,252.00	S/. 157,252.00	S/. 157,252.00	S/. 157,252.00	S/. 157,252.00

Elaborado por: Equipo de trabajo

Tabla N°066: (CIF-Otros) – Presupuesto de gastos administrativo.

Presupuesto Gastos de Ventas

IGV	18%
-----	-----

PRESUPUESTO GASTOS DE VENTAS

ITEM	AÑO 2019	AÑO 2020	AÑO 2021	AÑO 2022	AÑO 2023
Participación en Ferias	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 11,725.00	S/. 11,725.00	S/. 11,725.00
Gastos de Publicidad	S/. 6,000.00	S/. 6,180.00	S/. 6,365.40	S/. 6,556.36	S/. 6,753.05
Gastos de Exportación (FCA)	S/. 35,052.00	S/. 35,052.00	S/. 35,052.00	S/. 43,712.00	S/. 43,712.00
TOTAL	S/. 41,052.00	S/. 41,232.00	S/. 53,142.40	S/. 61,993.36	S/. 62,190.05
TOTAL CON IGV	S/. 42,132.00	S/. 42,344.40	S/. 56,398.67	S/. 65,284.01	S/. 65,516.10

Costo de Producción Unitario

COSTO UNITARIO PRODUCTO "INFUSION DE OREGANO Y JENGIBRE"

	2019	2020	2021	2022	2023
Materia Prima	S/. 39,150.93	S/. 40,591.61	S/. 42,096.39	S/. 43,660.54	S/. 45,290.13
MOI	S/. 23,664.96	S/. 24,373.80	S/. 25,106.40	S/. 25,858.80	S/. 26,634.96
CIF	S/. 5,097.60	S/. 5,250.53	S/. 5,408.04	S/. 5,570.29	S/. 5,737.39
TOTAL	S/. 67,913.49	S/. 70,215.94	S/. 72,610.84	S/. 75,089.63	S/. 77,662.48
Volumen en Unidades	71712	73860	76080	78360	80712
Costo Total Unitario	S/. 0.95	S/. 0.95	S/. 0.95	S/. 0.96	S/. 0.96

Elaborado por: Equipo de trabajo

Tabla N°067: Presupuesto de gastos de ventas - Costo de producción unitario.

Costo de Producción Total

COSTOS DE PRODUCCIÓN					
RUBROS	AÑO 2019	AÑO 2020	AÑO 2021	AÑO 2022	AÑO 2023
Materia Prima	S/. 39,150.93	S/. 40,591.61	S/. 42,096.39	S/. 43,660.54	S/. 45,290.13
Mano de Obra Directa	S/. 23,664.96	S/. 24,373.80	S/. 25,106.40	S/. 25,858.80	S/. 26,634.96
CIF	S/. 5,097.60	S/. 5,250.53	S/. 5,408.04	S/. 5,570.29	S/. 5,737.39
TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN	S/. 67,913.49	S/. 70,215.94	S/. 72,610.84	S/. 75,089.63	S/. 77,662.48

Costo de Ventas

COSTO DE VENTAS					
	2019	2020	2021	2022	2023
Materia Prima	S/. 39,150.93	S/. 40,591.61	S/. 42,096.39	S/. 43,660.54	S/. 45,290.13
CIF - Servicio de Maquila	S/. 23,664.96	S/. 24,373.80	S/. 25,106.40	S/. 25,858.80	S/. 26,634.96
CIF - Otros	S/. 5,097.60	S/. 5,250.53	S/. 5,408.04	S/. 5,570.29	S/. 5,737.39
Costos de Producción	S/. 67,913.49	S/. 70,215.94	S/. 72,610.84	S/. 75,089.63	S/. 77,662.48
Inventario Inicial	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Producción Disponible	S/. 67,913.49	S/. 70,215.94	S/. 72,610.84	S/. 75,089.63	S/. 77,662.48
Inventario Final	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Costo de Ventas	S/. 67,913.49	S/. 70,215.94	S/. 72,610.84	S/. 75,089.63	S/. 77,662.48

Elaborado por: Equipo de trabajo

Tabla N°068: Costo de producción total - Costo de ventas.

Presupuesto Maestro

RESUMEN PRESUPUESTO MAESTRO					
PRESUPUESTO MAESTRO					
PRESUPUESTO OPERATIVO ANUAL					
AÑO	2019	2020	2021	2022	2023
PRESUPUESTO DE VENTAS	S/. 468,384.65	S/. 504,415.25	S/. 535,163.68	S/. 567,737.76	S/. 602,321.95
PRESUPUESTO DE PRODUCCIÓN					
<i>Presupuesto de Materia Prima</i>	S/. 39,150.93	S/. 40,591.61	S/. 42,096.39	S/. 43,660.54	S/. 45,290.13
<i>Presupuesto de Mano de Obra Directa</i>	S/. 23,664.96	S/. 24,373.80	S/. 25,106.40	S/. 25,858.80	S/. 26,634.96
<i>Presupuesto de Costos Indirectos de Fabricación</i>	S/. 5,097.60	S/. 5,250.53	S/. 5,408.04	S/. 5,570.29	S/. 5,737.39
COSTOS DE PRODUCCIÓN	S/. 67,913.49	S/. 70,215.94	S/. 72,610.84	S/. 75,089.63	S/. 77,662.48
GASTOS ADMINISTRATIVOS	S/. 157,252.00	S/. 157,252.00	S/. 157,252.00	S/. 157,252.00	S/. 157,252.00
GASTOS DE VENTAS	S/. 42,132.00	S/. 42,344.40	S/. 56,398.67	S/. 65,284.01	S/. 65,516.10
PRESUPUESTO FINANCIERO					
Estado de Resultados Proyectado	S/. 131,381.59	S/. 287,257.20	S/. 453,759.83	S/. 635,215.47	S/. 839,075.47
Estado de Flujo de Efectivo Proyectado	S/. 204,072.05	S/. 366,896.29	S/. 540,673.91	S/. 731,214.73	S/. 947,277.85
Estado de Situación Financiera	S/. 218,222.98	S/. 378,218.97	S/. 549,168.36	S/. 736,880.94	S/. 950,115.82

Modulo del IGV

MODULO DE IGV						
	2019	2019	2020	2021	2022	2023
Por ventas		S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0
Materia Prima		S/. 5,972.18	S/. 6,191.94	S/. 6,421.48	S/. 6,660.08	S/. 6,908.66
Mano de Obra Directa		S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0
CIF		S/. 778	S/. 801	S/. 825	S/. 850	S/. 875
Gastos Administrativos		S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0	S/. 0
Gasto de Ventas		S/. 1,080	S/. 1,112	S/. 3,256	S/. 3,291	S/. 3,326
IGV Sunat	S/. 2,795.83	S/. 7,830	S/. 8,105	S/. 10,503	S/. 10,800	S/. 11,110
Pago a sunat		S/. 10,625.61	S/. 8,105	S/. 10,503	S/. 10,800	S/. 11,110

Elaborado por: Equipo de trabajo

Tabla N°069: Resumen de presupuesto maestro - Modulo del IGV.

Estado de Resultado / Estado de Ganancias y Perdidas

Impuesto a la renta	29.5%
---------------------	-------

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO (en S/.)					
(Expresado en nuevos soles)					
AÑO	2019	2020	2021	2022	2023
MONEDA	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
Ingresos Ventas	S/. 468,385	S/. 504,415	S/. 535,164	S/. 567,738	S/. 602,322
Costo de Ventas	S/. 67,913	S/. 70,216	S/. 72,611	S/. 75,090	S/. 77,662
UTILIDAD BRUTA	S/. 400,471	S/. 434,199	S/. 462,553	S/. 492,648	S/. 524,659
Gastos administrativos	S/. 157,252	S/. 157,252	S/. 157,252	S/. 157,252	S/. 157,252
Gastos de ventas	S/. 42,132	S/. 42,344	S/. 56,399	S/. 65,284	S/. 65,516
UTILIDAD SOBRE FLUJO (EBITDA)	S/. 201,087	S/. 234,603	S/. 248,902	S/. 270,112	S/. 301,891
Depreciación	S/. 2,632	S/. 2,632	S/. 2,632	S/. 2,632	S/. 2,632
Amortización	S/. 196	S/. 196	S/. 196	S/. 196	S/. 196
UTILIDAD OPERATIVA	S/. 198,259	S/. 231,775	S/. 246,074	S/. 267,284	S/. 299,063
Gastos financieros	S/. 11,902	S/. 10,675	S/. 9,900	S/. 9,900	S/. 9,900
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	S/. 186,357	S/. 221,100	S/. 236,174	S/. 257,384	S/. 289,163
Impuesto a la renta	S/. 54,975.27	S/. 65,224.55	S/. 69,671.31	S/. 75,928.25	S/. 85,303.12
UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO	S/. 131,382	S/. 155,876	S/. 166,503	S/. 181,456	S/. 203,860
UTILIDAD ACUMULADA	S/. 131,382	S/. 287,257	S/. 453,760	S/. 635,215	S/. 839,075

Elaborado por: Equipo de trabajo

Tabla N°070: Estado de resultados proyectado.

Flujo Efectivo

FLUJO DE EFECTIVO					
(expresado en nuevos soles)					
AÑOS	2019	2020	2021	2022	2023
ACTIVIDADES DE OPERACIÓN					
Cobranza (entradas) por:					
Venta de bienes	S/. 468,384.65	S/. 504,415.25	S/. 535,163.68	S/. 567,737.76	S/. 602,321.95
Otros					
Menos pagos (salidas) por:					
Proveedores de bienes y servicios	S/. 138,245.49	S/. 140,760.34	S/. 157,209.51	S/. 168,573.64	S/. 171,378.58
Remuneraciones y beneficios sociales	S/. 129,052.00	S/. 129,052.00	S/. 129,052.00	S/. 129,052.00	S/. 129,052.00
IGV	S/. 2,795.83				
Tributos		S/. 54,975.27	S/. 65,224.55	S/. 69,671.31	S/. 75,928.25
Aumento (disminución) del efectivo por actividades de operación	S/. 203,882.99	S/. 179,627.64	S/. 183,677.63	S/. 200,440.82	S/. 225,963.12
ACTIVIDADES DE INVERSIÓN					
Cobranza (entradas) por:					
Venta de inmueble, maquinaria y equipo					
Menos pagos (salidas) por:					
Compra de inmueble, maquinaria y equipo				S/. 0.00	
Aumento (disminución) del efectivo por actividades de inversión	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00
ACTIVIDADES DE FINANCIACIÓN					
Cobranza (entradas) por:					
Emisión y aceptación de obligaciones financieras					
Menos pagos (salidas) por:					
Comisiones de Cobranza documentaria	S/. 9,900.00	S/. 9,900.00	S/. 9,900.00	S/. 9,900.00	S/. 9,900.00
Amortización o pagos de obligaciones financieras	S/. 4,901.34	S/. 6,128.90	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00
Interés y rendimientos	S/. 2,002.06	S/. 774.50	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00
Aumento (disminución) del efectivo por actividades de financiamiento	-S/. 16,803.40	-S/. 16,803.40	-S/. 9,900.00	-S/. 9,900.00	-S/. 9,900.00
Aumento (Disminución) Neto de Efectivo y Equivalente de Efectivo	S/. 187,079.59	S/. 162,824.24	S/. 173,777.63	S/. 190,540.82	S/. 216,063.12
Saldo Efectivo y Equivalente de Efectivo al Inicio del Ejercicio	S/. 16,992.46	S/. 204,072.05	S/. 366,896.29	S/. 540,673.91	S/. 731,214.73
Efecto de las Diferencias de Cambio del Efectivo y Equivalente de Efectivo inicial					
Saldo Efectivo y Equivalente de Efectivo al Finalizar el Ejercicio	S/. 204,072.05	S/. 366,896.29	S/. 540,673.91	S/. 731,214.73	S/. 947,277.85

Elaborado por: Equipo de trabajo

Tabla N°071: Flujo efectivo.

Estado de Situación Financiera

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA						
(Expresado en nuevos soles)						
AÑO	2018	2019	2020	2021	2022	2023
ACTIVO						
ACTIVO CORRIENTE						
Efectivo y equivalentes de efectivo	S/. 16,992.46	S/. 204,072.05	S/. 366,896.29	S/. 540,673.91	S/. 731,214.73	S/. 947,277.85
Cuentas por cobrar comerciales						
Inventarios						
Crédito Tributario	Otras cuentas por cobrar	S/. 2,795.83				
	Total Activo Corriente	S/. 19,788.29	S/. 204,072.05	S/. 366,896.29	S/. 540,673.91	S/. 731,214.73
ACTIVO NO CORRIENTE						
Propiedad, planta y equipo	S/. 15,370.00	S/. 12,738.00	S/. 10,106.00	S/. 7,474.00	S/. 4,842.00	S/. 2,210.00
Activos intangibles distinto a la plusvalía	S/. 1,609.17	S/. 1,412.93	S/. 1,216.69	S/. 1,020.45	S/. 824.21	S/. 627.97
	Total Activo No Corriente	S/. 16,979.17	S/. 14,150.93	S/. 11,322.69	S/. 8,494.45	S/. 5,666.21
	TOTAL ACTIVO	S/. 36,767.46	S/. 218,222.98	S/. 378,218.97	S/. 549,168.36	S/. 736,880.94
PASIVO						
PASIVO CORRIENTE						
Impuesto a la Renta	Otras cuentas por pagar		S/. 54,975.27	S/. 65,224.55	S/. 69,671.31	S/. 75,928.25
	PASIVO NO CTE					
Préstamos de instituciones	Otros pasivos financieros	S/. 11,030.24	S/. 6,128.90	S/. 0.00	S/. 0.00	
	Total Pasivo	S/. 11,030.24	S/. 61,104.17	S/. 65,224.55	S/. 69,671.31	S/. 75,928.25
PATRIMONIO						
Capital Social		S/. 25,737.22	S/. 25,737.22	S/. 25,737.22	S/. 25,737.22	S/. 25,737.22
Utilidad retenida		S/. 131,381.59	S/. 287,257.20	S/. 453,759.83	S/. 635,215.47	S/. 839,075.47
	Total Patrimonio	S/. 25,737.22	S/. 157,118.81	S/. 312,994.42	S/. 479,497.05	S/. 660,952.69
	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	S/. 36,767.46	S/. 218,222.98	S/. 378,218.97	S/. 549,168.36	S/. 736,880.94

Elaborado por: Equipo de trabajo

Tabla N°072: Estado de situación financiera.

Flujo de Caja Económico Financiero

FLUJO DE CAJA ECONÓMICO FINANCIERO						
(Expresado en nuevos soles)						
AÑOS	2018	2019	2020	2021	2022	2023
MONEDA	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.	S/.
INGRESOS						
Ventas		S/. 468,384.65	S/. 504,415.25	S/. 535,163.68	S/. 567,737.76	S/. 602,321.95
EGRESOS						
Costos de producción		-S/. 67,913.49	-S/. 70,215.94	-S/. 72,610.84	-S/. 75,089.63	-S/. 77,662.48
Gastos administrativos		-S/. 157,252.00	-S/. 157,252.00	-S/. 157,252.00	-S/. 157,252.00	-S/. 157,252.00
Gastos de ventas		-S/. 42,132.00	-S/. 42,344.40	-S/. 56,398.67	-S/. 65,284.01	-S/. 65,516.10
IGV . Sunat						
Gastos Financieros		S/. 9,900.00	S/. 9,900.00	S/. 9,900.00	S/. 9,900.00	S/. 9,900.00
Inversión fija tangible	-S/. 17,812.60				S/. 0.00	
Inversión fija intangible	-S/. 1,962.40					
Capital de trabajo	-S/. 16,992.46					
Impuesto a la renta		-S/. 54,975.27	-S/. 65,224.55	-S/. 69,671.31	-S/. 75,928.25	-S/. 85,303.12
Flujo de Caja Económico	-S/. 36,767.46	S/. 156,011.88	S/. 179,278.36	S/. 189,130.86	S/. 204,083.88	S/. 226,488.25

Crédito	S/. 11,030.24					
Amortización principal		-S/. 4,901.34	-S/. 6,128.90	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00
Pago de intereses		-S/. 2,002.06	-S/. 774.50	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00
Flujo de Caja Financiero	-S/. 25,737.22	S/. 149,108.48	S/. 172,374.96	S/. 189,130.86	S/. 204,083.88	S/. 226,488.25

Elaborado por: Equipo de trabajo

Tabla N°073: Flujo de caja económico financiero.

CAPITULO 6

EVALUACION FINANCIERA Y SENSIBILIZACION

6.1. Herramientas de Evaluación

6.1.1. Valor Actual Neto y Tasa de Retorno

INDICADORES ECONÓMICOS	
WACC	24.15%
VANe	S/. 466,745
TIRe	437%
Beneficio/Costo	13.69

INDICADORES FINANCIEROS	
Ke	26.04%
VANf	S/. 447,601
TIRf	593.89%
Beneficio/Costo	18.39

VAN Económico/Financiero	
VANe	S/. 466,745
VANf	S/. 447,601

TIR Económico/Financiero	
TIRe	437.23%
TIRf	593.89%

Elaborado por: Equipo de trabajo

Tabla N°074: Evaluación financiera del negocio.

6.1.2. Ratios Beneficios

AÑO		2019	2020	2021	2022	2023
RATIOS DE LIQUIDEZ	1) Relación corriente o ratio corriente o Liquidez	3.71	5.63	7.76	9.63	11.10
	2) Prueba Acida	3.71	5.63	7.76	9.63	11.10
	3) Capital de trabajo	S/. 149,097	S/. 301,672	S/. 471,003	S/. 655,286	S/. 861,975
RATIOS DE ENDEUDAMIENTO	1) Endeudamiento sobre activos totales o ENDEUDAMIENTO TOTAL	0.28	0.17	0.13	0.10	0.09
	2) Ratio de apalancamiento o ENDEUDAMIENTO PATRIMONIAL	0.39	0.21	0.15	0.11	0.10
	3) COBERTURA DE INTERESES	16.66	21.71	24.86	0.00	0.00
RATIOS DE RENTABILIDAD	1) Rentabilidad del patrimonio (ROE) ó RETORNO SOBRE PATRIMONIO	83.62%	49.80%	34.72%	27.45%	23.57%
	2) Rentabilidad de los activos (ROA) ó (RENTABILIDAD SOBRE ACTIVOS - RETORNO SOBRE ACTIVOS / INVERSION - RETORNO	60.21%	41.21%	44.02%	24.62%	21.46%
	3) Margen bruto	85.5%	86.1%	86.4%	86.8%	87.1%
	4) Margen Operacional	42.3%	45.9%	46.0%	47.1%	49.7%
	5) Margen Neto	28.0%	30.9%	31.1%	32.0%	33.8%
	6) Gastos de administración y ventas sobre ventas	42.6%	39.6%	39.9%	39.2%	37.0%
RATIOS DE ACTIVIDAD / GESTION	1) Rotación de activos fijos netos	36.77	49.91	71.60	117.25	272.54
	2) Rotación del activo total	2.15	1.33	0.97	0.77	0.63
	3) Rotación de inventarios	0	0	0	0	0

Elaborado por: Equipo de trabajo

Tabla N°075: Ratios Beneficios.

6.2. Identificación de la Variables para sensibilizar

6.2.1. Definición de los escenarios

Se sensibilizara el flujo considerando las siguientes variaciones (independientes una de otras);

- Incremento en el precio en 10%
- Incremento en el precio en 5%
- Reducción en el precio en 10%
- Reducción en el precio en 5%

Modificando el precio de venta:

PRODUCCIÓN						
AÑOS		2019	2020	2021	2022	2023
P		71712	73860	76080	78360	80712
R	\$2.18	S/. 499,610.29	S/. 514,575.19	S/. 530,041.70	S/. 545,926.24	S/. 562,312.38
E	\$2.08	S/. 476,900.73	S/. 491,185.41	S/. 505,948.90	S/. 521,111.41	S/. 536,752.73
C	\$1.98	S/. 454,191.17	S/. 467,795.63	S/. 481,856.10	S/. 496,296.58	S/. 511,193.08
I	\$1.88	S/. 431,481.61	S/. 444,405.84	S/. 457,763.29	S/. 471,481.75	S/. 485,633.42
O	\$1.78	S/. 408,772.05	S/. 421,016.06	S/. 433,670.49	S/. 446,666.92	S/. 460,073.77

\$2.18		Horizonte	0	1	2	3	4	5
		Ingresos		S/. 499,610.29	S/. 514,575.19	S/. 530,041.70	S/. 545,926.24	S/. 562,312.38
		Costos		-S/. 312,372.76	-S/. 325,136.89	-S/. 346,032.82	-S/. 363,653.88	-S/. 375,833.70
		Inversión	-S/. 36,767.46					
		FFNN	-S/. 36,767.46	S/. 187,237.53	S/. 189,438.30	S/. 184,008.88	S/. 182,272.35	S/. 186,478.68
	1	Crédito	S/. 11,030.24					
		Amortización principal		-S/. 4,901.34	-S/. 6,128.90	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00
		Pago de intereses		-S/. 2,002.06	-S/. 774.50	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00
		Flujo de Caja Financiero	-S/. 25,737.22	S/. 180,334.13	S/. 182,534.90	S/. 184,008.88	S/. 182,272.35	S/. 186,478.68

S2.08	2	Horizonte	0	1	2	3	4	5
		Ingresos		S/. 476,900.73	S/. 491,185.41	S/. 505,948.90	S/. 521,111.41	S/. 536,752.73
		Costos		-S/. 312,372.76	-S/. 325,136.89	-S/. 346,032.82	-S/. 363,653.88	-S/. 375,833.70
		Inversión	-S/. 36,767.46					
		FFNN	-S/. 36,767.46	S/. 164,527.97	S/. 166,048.52	S/. 159,916.08	S/. 157,457.52	S/. 160,919.02
		Crédito	S/. 11,030.24					
		Amortización principal		-S/. 4,901.34	-S/. 6,128.90	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00
		Pago de intereses		-S/. 2,002.06	-S/. 774.50	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00
		Flujo de Caja Financiero	-S/. 25,737.22	S/. 157,624.57	S/. 159,145.12	S/. 159,916.08	S/. 157,457.52	S/. 160,919.02
S1.88	3	Horizonte	0	1	2	3	4	5
		Ingresos		S/. 431,481.61	S/. 444,405.84	S/. 457,763.29	S/. 471,481.75	S/. 485,633.42
		Costos		-S/. 312,372.76	-S/. 325,136.89	-S/. 346,032.82	-S/. 363,653.88	-S/. 375,833.70
		Inversión	-S/. 36,767.46					
		FFNN	-S/. 36,767.46	S/. 119,108.85	S/. 119,268.95	S/. 111,730.47	S/. 107,827.86	S/. 109,799.72
		Crédito	S/. 11,030.24					
		Amortización principal		-S/. 4,901.34	-S/. 6,128.90	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00
		Pago de intereses		-S/. 2,002.06	-S/. 774.50	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00
		Flujo de Caja Financiero	-S/. 25,737.22	S/. 112,205.45	S/. 112,365.55	S/. 111,730.47	S/. 107,827.86	S/. 109,799.72
S1.78	4	Horizonte	0	1	2	3	4	5
		Ingresos		S/. 408,772.05	S/. 421,016.06	S/. 433,670.49	S/. 446,666.92	S/. 460,073.77
		Costos		-S/. 312,372.76	-S/. 325,136.89	-S/. 346,032.82	-S/. 363,653.88	-S/. 375,833.70
		Inversión	-S/. 36,767.46					
		FFNN	-S/. 36,767.46	S/. 96,399.29	S/. 95,879.17	S/. 87,637.67	S/. 83,013.04	S/. 84,240.06
		Crédito	S/. 11,030.24					
		Amortización principal		-S/. 4,901.34	-S/. 6,128.90	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00
		Pago de intereses		-S/. 2,002.06	-S/. 774.50	S/. 0.00	S/. 0.00	S/. 0.00
		Flujo de Caja Financiero	-S/. 25,737.22	S/. 89,495.89	S/. 88,975.77	S/. 87,637.67	S/. 83,013.04	S/. 84,240.06

Elaborado por: Equipo de trabajo

Tabla N°076: Definición de escenarios.

Si el precio se incrementa en 10%	\$13.20	S/. 473,065.16
Si el precio se incrementa en 5%	\$12.60	S/. 407,896.01
Base	\$12.00	S/. 466,745.08
Si el precio disminuye en 5%	\$11.40	S/. 277,557.73
Si el precio disminuye en 10%	\$10.80	S/. 212,388.59

se incrementa en 10%

INDICADORES ECONÓMICOS	
Tasa Descuento	24.15%
VANe	S/. 473,065
TIRe	509.76%
Beneficio/Costo	13.87

se incrementa en 5%

INDICADORES ECONÓMICOS	
Tasa Descuento	24.15%
VANe	S/. 407,896
TIRe	447.56%
Beneficio/Costo	12.09

se disminuye en 5%

INDICADORES ECONÓMICOS	
Tasa Descuento	24.15%
VANe	S/. 277,558
TIRe	322.56%
Beneficio/Costo	8.55

se disminuye en 10%

INDICADORES ECONÓMICOS	
Tasa Descuento	24.15%
VANe	S/. 212,389
TIRe	259.42%
Beneficio/Costo	6.78

INDICADORES FINANCIEROS	
Ke	26.04%
VANf	S/. 454,991
TIRf	701.80%
Beneficio/Costo	18.68

INDICADORES FINANCIEROS	
Ke	26.04%
VANf	S/. 392,349
TIRf	613.27%
Beneficio/Costo	16.24

INDICADORES FINANCIEROS	
Ke	26.04%
VANf	S/. 267,065
TIRf	435.81%
Beneficio/Costo	11.38

INDICADORES FINANCIEROS	
Ke	26.04%
VANf	S/. 204,423
TIRf	346.64%
Beneficio/Costo	8.94

Elaborado por: Equipo de trabajo

Tabla N°077: Indicadores económicos- financieros.

6.2.2. Análisis Cualitativos de los Resultados

ESCENARIOS

En el análisis por escenarios se han considerado tres, los que se denominan: moderado(escenario base), pesimista y optimista.

Escenario moderado: La variable conserva su valor original.

Escenario optimista: Se considera el incremento del 10% en el precio de venta

Escenario pesimista: Se considera una contracción en 10% en el precio de venta.

*Variable Precio

Se muestra las variaciones del precio, que es una variable fundamental. Si bien se está entrando en un nuevo mercado, y por ello con un precio más bajo, el aumento del 5%, 10% o disminución de 5%, 10% no afectaría las utilidades del plan de negocio.

PRECIO	Variación	VANE	VANF	TIRE	TIRF
Optimista	Aumenta 5%	S/. 407,896	S/. 392,349	447.56%	613.27%
Pesimista	Disminuye 5%	S/. 277,558	S/. 267,065	322.56%	435.81%
Optimista	Aumenta 10%	S/. 473,065	S/. 454,991	509.76%	701.80%
Pesimista	Disminuye 10%	S/. 212,389	S/. 204,423	259.42%	346.64%

Elaborado por: Equipo de trabajo

Tabla N°078: Análisis cualitativos de los resultados.

6.2.3. Punto de Equilibrio

			TC	3.3
CONCEPTO	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE	TOTAL S/.	TOTAL USD
COSTO DE PRODUCTO			S/. 7,728.98	USD 2,342.11
MATERIA PRIMA		S/. 2,764.90		
MANO DE OBRA DIRECTA		S/. 1,972.08		
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION	S/. 360.00			
DEPRECIACION	S/. 2,632.00			
GASTOS GENERALES Y ADMINISTRATIVOS			S/. 10,743.00	USD 3,255.45
SALARIOS	S/. 8,393.00			
GASTOS DE SERVICIOS Y OTROS	S/. 850.00			
ALQUILER	S/. 1,500.00			
COSTOS DE DISTRIBUCION Y VENTAS / GASTOS VENTAS			S/. 1,000.00	USD 303.03
EMBALAJE		S/. 500.00		
PROMOCIONES Y/O MATERIAL PUBLICITARIO	S/. 500.00			
GASTOS DE EXPORTACION	S/. 2,921.00		S/. 2,921.00	USD 885.15
GASTOS FINANCIEROS	S/. 2,002.06		S/. 2,002.06	USD 606.68
COSTO TOTAL			S/. 24,395.03	USD 6,785.75
UTILIDAD 60%			S/. 14,637.02	USD 4,435.46
FCA			S/. 39,032.05	USD 11,221.21

PUNTO DE EQUILIBRIO	2932.32	
COSTO VARIABLE UNITARIO	S/. 0.88	
COSTO FIJO	S/. 19,158.06	
PRECIO VENTA UNITARIO	S/. 6.53	USD 1.98

$CF / P_v - C_v = \text{Punto de Equilibrio}$

PRECIO VENTA UNITARIO	USD 1.98
UNIDADES PRIMER PEDIDO	5976
TOTAL PRIMER PEDIDO	USD 11,827.90

Elaborado por: Equipo de trabajo

Tabla N°079: Punto de equilibrio.

6.2.4. Cálculo del Costo de Capital COK

CALCULO DEL COK:

1) Desapalanca el β

$$\beta_d = 0.69$$

2) Apalanca el β

$$\beta_d = 0.69$$

$$E = 70\% \text{ aporte de socios}$$

$$D = 30\% \text{ credito}$$

$$t = 29.5\% \text{ impuesto a la renta}$$

$$\beta_a = 0.89$$

$$B9*((B10+B11*(1-B12))/B10) = \beta_d*((E + D * (1- t)) / E)$$

3) Se reemplaza en la formula del CAPM:

$$R_f = 4.20\% \text{ tasa libre de riesgo (bono del tesoro del Perú)}$$

$$\beta_a = 0.89 \text{ apalancamiento de la emp. Pe}$$

$$R_m = 25.28\% \text{ rendimiento del mercado Índice General de la Bolsa de Valores de Lima}$$

$$RP = 0.00\% \text{ riesgo país}$$

$$\text{Inflac} = 3.0\% \text{ inflacion bcr}$$

$$R \text{ cambiario} =$$

$$COK = 26.04\% \quad B17+B18*(B19-B17)+B20+B21 = R_f + \beta_a * (R_m - R_f) + RP + \text{Inflac}$$

$$COK = R_f + B(R_m - R_f)$$

Elaborado por: Equipo de trabajo

Tabla N°080: Calculo del COK.

6.2.5. Cálculo del WACC/ Costo promedio Ponderado de Capital CPPC

CALCULO DEL WACC:

	INVERSION	P/A	TASA %	
Deuda(Financiamiento)	S/. 11,030.24	30%	28%	tasa del banco
Patrimonio(Propio)	S/. 25,737.22	70%	26.04%	el COK
TOTAL	S/. 36,767.46	100%		

Impuesto a la renta:	29.5%
----------------------	-------

Fórmula

$$CP \times P/A + CD \times P/A \times (1-TAX)$$

$$COK \times P/A + \text{tasa del banco} \times P/A \times (1 - \text{impuesto a la renta})$$

$$49.97\% \times 0,3 + 0,28 \times 0,7 \times (1-0,28)$$

$$WACC = 24.15\%$$

Elaborado por: Equipo de trabajo

Tabla N°081: Calculo del WACC.

Conclusiones

- Al desarrollar el plan de negocios, cumplimos nuestro objetivo de confirmar la viabilidad en la exportación de infusión de orégano y jengibre con destino Los Ángeles – Estado de California – Estados Unidos, debido a que existe demanda por el consumo de esta infusión.
- En gran mayoría las personas desconocen las propiedades medicinales del jengibre y el orégano, ambas plantas tienen beneficios positivos para nuestra salud, lo cual destacamos en nuestro producto.
- El jengibre peruano es considerado el mejor de todo el mundo, debido a su calidad, olor y sabor. El Perú es el segundo más grande exportador de jengibre después de China.
- Según las investigaciones realizadas, se determinó que la producción del Orégano y Jengibre no tiene escasez, ya que se produce todo el año lo cual es muy beneficioso para el negocio.
- A futuro se podría expandir la línea de productos diversificando las presentaciones, sería posible elaborar capsulas o parches que tengan los mismos beneficios que la infusión.

Recomendaciones

- Solicitar apoyo a las entidades pertinentes como el Ministerio de Agricultura y a las demás instituciones involucradas para poder promocionar los beneficios de nuestras materias primas, así mismo puedan orientar y capacitar a los productores para poder ofrecer un producto con mucha mayor calidad.
- Brindar apoyo a las investigaciones de plantas medicinales que se siembran y cosechan en nuestro país.
- Es recomendable el uso del transporte aéreo con nuestro producto, debido a que no tiene gran dimensión en peso ni volumen.
- Las mujeres embarazadas o piensen que se encuentren en periodo de gestación no deberían consumir la infusión.

Bibliografía

- Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (2018) (<http://www.sunat.gob.pe>)
- Trademap (<https://www.trademap.org/Index.aspx>)
- AgrodataPerú (<https://www.agrodataperu.com>)
- Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior SIICEX (<http://www.siicex.gob.pe>)
- TUBERCULOS.ORG (<https://www.tuberculos.org/jengibre>)
- Diario Gestión (<https://gestion.pe/economia/kion-peruano-conoce-prefieren-importadores-ee-uu-135228>)
- Info Agro (<http://www.infoagro.com>)
- OMS - Organización Mundial de la Salud (<https://www.who.int/es>)
- Banco Mundial (<https://www.bancomundial.org>)
- Ministerio de Agricultura
- Prom-Perú- Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y Turismo.
(<http://export.promperu.gob.pe/Miercoles/Portal/MME/descargar.aspx?archivo=9157E8CF-1B2C-4014-95C6-BD936988CCA0.PDF>)
- "Inca, A.R(2012.) "Elaboración de un fitofármaco semisólido de acción adelgazante con diferentes dosis a base de alcachofa, jengibre y cáscara de naranja administrado a personas para comparar su eficacia."
- " Pozo. E. G. (2011). Uso de las plantas medicinales en la comunidad del Cantón Yacuambi durante el periodo Julio-diciembre 2011.La Universidad Católica de Loja."
- "Morales, L.E (2015) Fisiología y morfometría de *Origanum vulgare* en diferentes sistemas de Producción y dosis de abono orgánico. Centro de Investigaciones Biológicas del Noroeste".

Anexos

CONTRATO DE COMPRAVENTA INTERNACIONAL

Conste por el presente documento el contrato de compraventa internacional de mercaderías que suscriben de una parte: ECK PERUVIAN S.A.C, empresa constituida bajo las leyes de la República peruana, debidamente representada por su Gerente General BENDEZU MAMANI, Kayla Carol, con Documento de Identidad N° 47482196, domiciliado en su Oficina principal ubicado en Calle Mama Runter Nro. 273 -LIMA-LIMA-SAN MIGUEL a quien en adelante se denominará EL VENDEDOR y, de otra parte QTRADE TEAS & HERBS S.A., debidamente representado por su Gerente General MANIK JAYAKUMAR, identificado con Carnet de Extranjería N° 000002952 Y señalando domicilio el ubicado en Calle 16205 Distribution Way CA 90703 Los Ángeles - California, Estados Unidos de América, a quien en adelante se denominará EL COMPRADOR, conforme a la “Convención de las Naciones Unidas sobre los Contratos de Compraventa Internacional de Mercaderías” acuerdan los siguientes cláusulas:

GENERALIDADES CLAUSULA PRIMERA:

- 1.1. Las presentes condiciones generales se acuerdan en la medida de ser aplicadas conjuntamente como parte de un Contrato de Compraventa Internacional entre las dos partes aquí nominadas.

En caso de discrepancia entre las presentes condiciones generales y cualquier otra condición específica que se acuerde por las partes en el futuro, prevalecerán las Condiciones específicas.
- 1.2. Cualquier situación en relación con este contrato que no haya sido expresa o implícitamente acordada en su contenido, deberá ser gobernada por:
 - a) La Convención de las Naciones Unidas sobre la Compraventa Internacional de Productos (Convención de Viena de 1980, en adelante referida como CISG, por sus siglas en Ingles) y,
 - b) En aquellas situaciones no cubiertas por la CISG, se tomará como referencia la ley del País donde el Vendedor tiene su lugar usual de negocios.

- 1.3. Cualquier referencia que se haga a términos del comercio (Como FOB, CIF, EXW, FCA, etc.) estará entendida en relación con los llamados Incoterms, publicados por la Cámara de Comercio Internacional.
- 1.4. Cualquier referencia que se haga a la publicación de la Cámara de Comercio Internacional, se entenderá como hecha a su versión actual al momento de la conclusión del contrato.
- 1.5. Ninguna modificación hecha a este contrato se considerará válida sin el acuerdo por escrito entre las Partes.

CARACTERÍSTICAS DE LOS PRODUCTOS CLAUSULA SEGUNDA:

- 2.1. Es acordado por las Partes que EL VENDEDOR venderá los siguientes productos: Infusión de orégano y jengibre, y EL COMPRADOR pagará el precio de dichos productos de conformidad con el artículo USD 1,96.
- 2.2. También es acordado que cualquier información relativa a los productos descritos anteriormente referente al uso, peso, dimensiones, ilustraciones, no tendrán efectos como parte del contrato a menos que esté debidamente mencionado en el contrato.
- 2.3. El etiquetado del producto dependerá de las exigencias del COMPRADOR, es decir, el COMPRADOR establecerá las características del etiquetado, envase y empaque a exportar.

PLAZO DE ENTREGA CLAUSULA TERCERA:

EL VENDEDOR se compromete a realizar la entrega de periodo de 30 días luego de recibidas las órdenes de compra debidamente firmadas por el comprador.

PRECIO

CLAUSULA CUARTA:

Las Partes acuerdan el precio de S/. 38,698.08 por el envío del producto de conformidad con la carta oferta recibida por el comprador.

A menos que se mencione de otra forma por escrito, los precios no incluyen impuestos, aranceles, costos de transporte o cualquier otro impuesto.

El precio ofrecido con mayor frecuencia es sobre la base del Incoterms FOB ("Free on Board") si el envío se hará por vía marítima, o FCA ("Free Carrier", transportación principal sin pagar) si se hará con otra modalidad de transporte.

CONDICIONES DE PAGO CLAUSULA QUINTA:

Las Partes han acordado que el pago del precio o de cualquier otra suma adecuada por EL COMPRADOR a EL VENDEDOR deberá ser a través de una cobranza documentaria, en donde el COMPRADOR realice el pago íntegro al VENDEDOR una vez su carga haya despegado del aeropuerto origen y se haga entrega de los documentos al banco receptor.

INTERES EN CASO DE PAGO RETRASADO CLAUSULA SEXTA:

Si una de las Partes no paga las sumas de dinero en la fecha acordada, la otra Parte tendrá derecho a intereses sobre la suma por el tiempo que debió ocurrir el pago y el tiempo en que efectivamente se pague, equivalente al UNO POR CIENTO (1 %) por cada día de retraso, hasta un máximo por cargo

De retraso de QUINCE PORCIENTO (15 %) del total de este contrato, ello aplicara si la compra y venta se realiza a través de transferencias interbancaria y no empleando la cobranza documentaria.

RETENCION DE DOCUMENTOS CLAUSULA SEPTIMA:

Las Partes han acordado que los productos deberán mantenerse como propiedad de EL VENDEDOR hasta que se haya completado el pago del precio por parte de EL COMPRADOR, ello aplicara si la compra y venta se realiza mediante pago directo al VENDEDOR sin emplear la cobranza documentaria.

TERMINO CONTRACTUAL DE ENTREGA CLAUSULA OCTAVA:

Las partes deberán incluir el tipo de INCOTERMS acordado.

Señalando con detalle algunos aspectos que se deba dejar claro, o que decida enfatizar.

Por ejemplo, si se opta por las condiciones de entrega en la fábrica, EXW, es conveniente aclarar que el costo y la responsabilidad de cargar la mercancía al vehículo, corresponde al comprador.

Hay que recordar que una operación adicional, involucra no solo costos, como el pago a cargadores, si no también conlleva un riesgo intrínseco en caso de daño de la mercadería durante el proceso de carga.

Aunque las condiciones de INCOTERMS son claras, es recomendable discutir y aclarar estos detalles, ya que puede haber desconocimiento de una de las partes.

RETRASO DE ENVIOS CLAUSULA NOVENA:

EL COMPRADOR tendrá derecho a reclamar a EL VENDEDOR el pago de daños equivalente al 0,5 % del precio de los productos por cada semana de retraso, a menos que se comuniquen las causas de fuerza mayor por parte del EL VENDEDOR a EL COMPRADOR.

INCONFORMIDAD CON LOS PRODUCTOS CLAUSULA DECIMA:

EL COMPRADOR examinará los productos tan pronto como le sea posible luego de llegados a su destino y deberá notificar por escrito a EL VENDEDOR cualquier inconformidad con los productos dentro de 20 días contados desde la fecha de arribo de la carga a puerto destino.

Si dicha inconformidad es notificada por EL COMPRADOR, EL VENDEDOR deberá tener las siguientes opciones:

- a) Reemplazar los productos por productos sin daños, sin ningún costo adicional para el comprador; o.
- b) Reintegrar a EL COMPRADOR el precio pagado por los productos sujetos a inconformidad.

Es indispensable la presentación de evidencias (Fotos, volante de carga, reporte de almacén) para la verificación del VENDEDOR.

COOPERACIÓN ENTRE LAS PARTES CLAUSULA DECIMO PRIMERA:

EL COMPRADOR deberá informar inmediatamente a EL VENDEDOR de cualquier reclamo realizado contra EL COMPRADOR de parte de los clientes o de terceras partes en relación con los productos enviados o sobre los derechos de propiedad intelectual relacionado con estos.

EL VENDEDOR deberá informar inmediatamente a EL COMPRADOR de cualquier reclamo que pueda involucrar la responsabilidad de los productos por parte de EL COMPRADOR.

CASO FORTUITO DE FUERZA MAYOR CLAUSULA DECIMO SEGUNDA:

No se aplicará ningún cargo por terminación ni a EL VENDEDOR ni a EL COMPRADOR, ni tampoco ninguna de las partes será responsable, si el presente acuerdo se ve forzado a cancelarse debido a circunstancias que razonablemente se consideren fuera de control de una de las partes.

La parte afectada por tales circunstancias deberá notificar inmediatamente a la otra parte.

RESOLUCIÓN DE CONTROVERCIAS CLAUSULA DECIMO TERCERA:

A menos que se estipule de otra forma por escrito, todas las disputas surgidas en conexión con el presente contrato deberá ser finalmente resueltas por la ley de Perú y serán competencia exclusiva de la jurisdicción de las cortes de Estados Unidos, a las cuales las partes por este medio nominan excepto que una parte deseara buscar un procedimiento arbitral en concordancia con las reglas de arbitraje de la Cámara de Comercio Internacional por uno o más árbitros nombrados de conformidad con dichas reglas.

ENCABEZADOS CLAUSULA DECIMO CUARTA

Los encabezados que contiene este acuerdo se usan solamente como referencia y no deberán afectar la interpretación del mismo.

NOTIFICACIONES CLAUSULA DECIMO QUINTA

Todas las notificaciones realizadas en base al presente acuerdo deberán constar por escrito y ser debidamente entregadas por correo certificado, con acuse de recibo, a la dirección de la otra parte mencionada anteriormente o a cualquier otra dirección que la parte haya, de igual forma, designado por escrito a la otra parte.

ACUERDO INTEGRAL CLAUSULA DECIMO SEXTA

Este acuerdo constituye el entendimiento integral entre las partes.

No deberá realizarse cambios o modificaciones de cualquiera de los términos de este contrato a menos que sea modificado por escrito y firmado por ambas Partes.

En señal de conformidad con todos los acuerdos pactados en el presente contrato, las partes suscriben este documento en la ciudad de Lima a las 16:00 horas del 25 de diciembre del 2018.

ECK PERUVIAN S.A.C



BENDEZU MAMANI, Kayla Carol

DNI N° 47482196

QTRADE TEAS&HERBS S.A.



MANIK JAYAKUMAR

PASAPORTE N° 042442952

FACTURA COMERCIAL

ECK PERUVIAN S.A.C DIRECCION Y TELEFONO: ADDRESS AND TELEPHONE:		CALLE MAMA RUNTER N° 273 SAN MIGUEL - LIMA - PERU 511-2627740		PLACE AND DATE: LIMA, 12-03-2019																																																																																																																			
				QUOTATION NUMBER: 256/2014+1																																																																																																																			
				RUC: 20555056673																																																																																																																			
COMMERCIAL INVOICE N° 001-0001																																																																																																																							
TO: Qtrade teas y herbs BUNDESALLEE 104-105, LOS ANGELES CALIFORNIA 31 175 56 59 00		SHIPPER: ECK PERUVIAN S.A.C. ADDRESS: CALLE MAMA RUNTER N° 273 SAN MIGUEL - LIMA - PERU		CONSIGNATARIO: Qtrade teas y herbs (CONSIGNEE) BUNDESALLEE 104-105, LOS ANGELES CALIFORNIA TELEPHONE: 31 174 52 59 00																																																																																																																			
<table border="1"> <thead> <tr> <th>QUANTITY</th> <th>CODE</th> <th>HS CODE</th> <th>PRODUCT DESCRIPTION</th> <th>N.W.KILOS</th> <th>G.W.KILOS</th> <th>UNIT</th> <th>TOTAL</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>5976 PACKAGES</td> <td>1</td> <td>2106.90.71.00</td> <td> ENERGETIC AMARANTH BARS - FEMS® PACKED IN 166 BOXES LOS CODIGOS ESTAN EN SISTEMA ARMONIZADO THE CODES ARE IN HARMONIZED SYSTEM </td> <td>239.04</td> <td>314.04</td> <td>1.98</td> <td>11802.07</td> </tr> <tr> <td>5976.00</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td colspan="4"> PACKING 20 BOXES OF 36 KG EACH </td> <td colspan="2"> MARCAS (MARKS) </td> <td></td> <td>11802.07</td> </tr> <tr> <td colspan="4"> INSURANCE: BY CONSIGNEE </td> <td colspan="2"> INSTRUCCIONES DEL COMPRADOR (BUYER INSTRUCTIONS): </td> <td colspan="2"></td> </tr> <tr> <td colspan="4"> FREIGHT: COLLECT </td> <td colspan="2"> COLOCAR ROTULO Y MARCA "FEMS" </td> <td colspan="2"></td> </tr> <tr> <td colspan="4"> CARRIER: LUFTHANSA </td> <td colspan="2"> FINAL DESTINATION </td> <td colspan="2"></td> </tr> <tr> <td colspan="4"> IMPRENTA SANCHEZ S.A.C. RUC: 20133148532 AUT. SUNAT: 6464543-RS </td> <td colspan="2"> PORT OF LOADING PORT OF DISCHARGE TRANSIT </td> <td colspan="2"></td> </tr> <tr> <td colspan="4"></td> <td colspan="2"> SAN PETERSBURGO - RUSSIA CALLAO, PERÚ Púlkovo - RUSSIA </td> <td colspan="2"></td> </tr> <tr> <td colspan="4"> TERMS OF PAYMENT: </td> <td colspan="2"> IRREVOCABLE L/C </td> <td colspan="2"> TAXES ----- </td> </tr> <tr> <td colspan="4"> IMPORTER BANK: </td> <td colspan="2"> CITIBANK </td> <td colspan="2"> FLETE ----- </td> </tr> <tr> <td colspan="4"> EXPORTER BANK: </td> <td colspan="2"> BBVA PERU </td> <td colspan="2"> SEGURO ----- </td> </tr> <tr> <td colspan="4"></td> <td colspan="2"> FINAL NOTES: </td> <td colspan="2"> TOTAL CIP USD 11802.07 </td> </tr> <tr> <td colspan="4"></td> <td colspan="2"> SWIFT CODE BBVA: VW38080 </td> <td colspan="2"></td> </tr> </tbody> </table>								QUANTITY	CODE	HS CODE	PRODUCT DESCRIPTION	N.W.KILOS	G.W.KILOS	UNIT	TOTAL	5976 PACKAGES	1	2106.90.71.00	ENERGETIC AMARANTH BARS - FEMS® PACKED IN 166 BOXES LOS CODIGOS ESTAN EN SISTEMA ARMONIZADO THE CODES ARE IN HARMONIZED SYSTEM	239.04	314.04	1.98	11802.07	5976.00								PACKING 20 BOXES OF 36 KG EACH				MARCAS (MARKS)			11802.07	INSURANCE: BY CONSIGNEE				INSTRUCCIONES DEL COMPRADOR (BUYER INSTRUCTIONS):				FREIGHT: COLLECT				COLOCAR ROTULO Y MARCA "FEMS"				CARRIER: LUFTHANSA				FINAL DESTINATION				IMPRENTA SANCHEZ S.A.C. RUC: 20133148532 AUT. SUNAT: 6464543-RS				PORT OF LOADING PORT OF DISCHARGE TRANSIT								SAN PETERSBURGO - RUSSIA CALLAO, PERÚ Púlkovo - RUSSIA				TERMS OF PAYMENT:				IRREVOCABLE L/C		TAXES -----		IMPORTER BANK:				CITIBANK		FLETE -----		EXPORTER BANK:				BBVA PERU		SEGURO -----						FINAL NOTES:		TOTAL CIP USD 11802.07						SWIFT CODE BBVA: VW38080			
QUANTITY	CODE	HS CODE	PRODUCT DESCRIPTION	N.W.KILOS	G.W.KILOS	UNIT	TOTAL																																																																																																																
5976 PACKAGES	1	2106.90.71.00	ENERGETIC AMARANTH BARS - FEMS® PACKED IN 166 BOXES LOS CODIGOS ESTAN EN SISTEMA ARMONIZADO THE CODES ARE IN HARMONIZED SYSTEM	239.04	314.04	1.98	11802.07																																																																																																																
5976.00																																																																																																																							
PACKING 20 BOXES OF 36 KG EACH				MARCAS (MARKS)			11802.07																																																																																																																
INSURANCE: BY CONSIGNEE				INSTRUCCIONES DEL COMPRADOR (BUYER INSTRUCTIONS):																																																																																																																			
FREIGHT: COLLECT				COLOCAR ROTULO Y MARCA "FEMS"																																																																																																																			
CARRIER: LUFTHANSA				FINAL DESTINATION																																																																																																																			
IMPRENTA SANCHEZ S.A.C. RUC: 20133148532 AUT. SUNAT: 6464543-RS				PORT OF LOADING PORT OF DISCHARGE TRANSIT																																																																																																																			
				SAN PETERSBURGO - RUSSIA CALLAO, PERÚ Púlkovo - RUSSIA																																																																																																																			
TERMS OF PAYMENT:				IRREVOCABLE L/C		TAXES -----																																																																																																																	
IMPORTER BANK:				CITIBANK		FLETE -----																																																																																																																	
EXPORTER BANK:				BBVA PERU		SEGURO -----																																																																																																																	
				FINAL NOTES:		TOTAL CIP USD 11802.07																																																																																																																	
				SWIFT CODE BBVA: VW38080																																																																																																																			

PACKING LIST

ECK PERUVIAN S.A.C.		PLACE AND DATE: LIMA, 12-03-2019			
		QUOTATION NUMBER: 256/2019+1			
DIRECCION Y TELEFONO:		CALLE MAMA RUNTER N° 273 SAN MIGUEL - LIMA - PERU			
ADDRESS AND TELEPHONE:		511-2627740			
PACKING LIST N° 001-0001					
TO: Qtrade teas y herbs BUNDESALLEE 104-105, LOS ANGELES CALIFORNIA 31 175 56 59		SHIPPER: ECK PERUVIAN S.A.C. ADDRESS: CALLE MAMA RUNTER N° 273 SAN MIGUEL			
		CONSIGNATARIO: Qtrade teas y herbs BUNDESALLEE 104-105, LOS ANGELES CALIFORNIA 31 174 52 59 00			
PACKAGES	QUANTITY	HS CODE	PRODUCT DESCRIPTION	N.W.KILOS	G.W.KILOS
PACKAGES	5976	2106907100	MEZCLAS O EXTRACTOS DE PLANTAS, PARTES DE PLANTAS, SEMILLAS O FRUTOS - FEMS® PACKED IN 5796 PACKAGES THE CODES ARE IN HARMONIZED SYSTEM	239.04 KG	314.04 KG
	5976.00				
PACKING: 5976 PACKAGES OF 40 G EACH			MARCAS (MARKS): FEMS-PERU	239.04	314.04
INSURANCE: BY CONSIGNEE			INTRUCCIONES DEL COMPRADOR (BUYER INSTRUCTIONS):		
			COLOCAR ROTULO Y MARCA "FEMS-PERU"		
NET WEIGHT			239.04 KILOS		
GROSS WEIGHT			314.04 KILOS		
FINAL DESTINATION			LOS ANGELES CALIFORNIA- ESTADOS UNIDOS		
PORT OF LOADING			CALLAO, PERÚ	720.00	855.00
PORT OF DISCHARGE			Aeropuerto Internacional de Los Ángeles		
TRANSIT					

AIRWAY BILL (AWB)

20505258

Shipper Name Address ECK PERUVIAN S.A.C. Calle Mama Runter 273 - San Miguel Telephone: 511-2627740				NOT NEGOTIABLE Air Waybill Express Cargo S.A.C. Av. La Marina 2440-San Miguel				
Consignee a Name and Address Qtrade teas y herbs BUNDESALLEE 104-105, LOS ANGELES CALIFORNIA Telephone: 31 175 56 59 00				RECEIVED by the Carrier the goods as specified above in apparent good order and condition unless otherwise state, to be transported to such place as agreed, authorized or permitted herein and subject to all the terms and conditions appearing on the front and reverse of this Bill of Lading to				
Issuing Carrier Agent Name and City Aduexpress Peru SAC Av. La Marina 2440 - San Miguel Telefono: 4644153 Lima - Perú				Accounting Information Freight Collect				
Agent IATA Code 2106907100		Account N°						
Airport of Depature (Addr. of first Carrier) and requested Routing Jorge Chavez Airport								
To	By first Carrier	to	by	to	by	Currency	Declared aide for carrier	Declared Customs
EU	AC					USD	NVD	NDV
Airport of Destination LOS ANGELES- ESTADOS UNIDOS		Flight/Date AC 600		Flight/Date 12/03/2019		Amount of Insurance NIL		Insurance.-The particulars given above as states by the shipper and the weight, measure,
Handling Information (20 boxes as per shipper declaration Att.)								
N°	Gross Weight	Commodity Item N°	Chargeable Weight	Charge	Total	Nature and Quantity of Goods		
5796	314.04	21069071000	239.04	5.42	1,296.00	Say to contain: 20 BOXES (36 KG. PER BOX) AMARANTH BAR "KIWIMAX" DESCRIPCION		
1	314.04				1,296.00			
Prepaid		Collect		Other Charges:				
		1,296.00						
Valuation Charge				AWB FEE US\$ 20				
Tax				FS: US\$ 196.50 SECURITY: US\$ 40				
Total other charges Due Agent				The particulars given above as states by the shipper and the weight, measure, quantity condition, contents and value of the goods are unknown to the carrier				
0.00				In witness Whereof one (1) original bill of lading has been signed if not otherwise state above the same being accomplished the others(s), if any, to be void.				
Total other charges Due Carrier								
316.50								
Total prepaid				Total Collect				
				1,612.50				
suma de todo lo que esta en collect y ga								
Signature of Shipper or his agent								

20505258

28de Enero del 2014 - Lima - Perú

DECLARACION UNICA DE ADUANAS (A)

ADUANA: AEREA CALLAO		CODIGO: 235		2		REGISTRO DE ADUANA	
N° ORDEN: 2019 / 001250		Destinación: 40		Modalidad: 0-0		Tipo de despacho: 2018 - 095355	
N° Declaración: 235-2018-40-095355-01-4-00		Fecha Numeración: 12 / 03 / 2019		Sujeto a:			
1 IDENTIFICACIÓN		1.1 Importador/Exportador: EC K P E R U V I A N S A . C .					
1.2 Cod y Doc de identificación: 4 20555056673		1.3 Dirección de Importador/Exportador: CALLE MAMARUNTER 273 URB. SAN MIGUELITO - SAN MIGUEL - LIMA - LIMA					
1.4 Ubi. Geo: 150137							
3 TRANSPORTE		3.1 Empresa de Transporte: LUFTHANSA CARGO					
3.2 N° Manifiesto: 2550		3.3 Via Transporte: 235-2014-0					
3.4 Fec. t. em. Desc/ Emb 3.5 Empresa de Transporte e (t r a n s i t o, r e e m b a r q u e)		3.7 Aduana de Destino/ salida Código: AEREA 4					
25 / 01 / 2014							
4 ALMACEN		4.1 Terminal de almacenamiento: TALMA MENZIES S.R.L.					
4.2 Depósito o Aduanero Autorizado: 3507		4.3 Plazo Solicitado					
5 TRANSACCIÓN		5.1 Entidad Financiera: BBVA CONTINENTAL					
5.2 Modalidad: 002		5.3 OTRAS FORMAS: 7					
6 VALOR DE ADUANA		6.1 FOB Valor Clausula Vent a: 10 603 .17					
6.2 Flete/ Comisión Exterior		6.3 Seguros/ Otros gastos: 10 603 .17					
6.4 Total Ajustes		6.5 Valor aduana/Valor Neto Entrega					
7 DECLARACION DE MERCANCIAS		7.1 N° serie/ total: 0001/ 0001					
7.2 Items Ejemplar "B"		7.3 Numero de Declaración pr código					
7.4 N° certificado reposición		7.5 Cod. Apl. Ult r .					
7.6 Pro. Embarque código: CALLAO		7.7 Fecha Embarque: 12 / 03 / 2019					
7.8 Doc. Transporte: P E C L L		7.9 Cert. Origen: 10 603 .17					
7.10 Cant. Unid. Comercial		7.11 Inf. Verificación/ Cod. Exoner.					
7.12 cant. idad de Bultos: 166		7.13 clase: CAJ					
7.14 Peso Neto o kilos: 239 .04		7.15 Peso Bruto o kilos: 314 .04					
7.16 Cantidad Unid. Fisica: 239 .04		7.17 Unid. Fisica: KG					
7.18 Unid. Equiv/ Prod		7.19 Subpartida Nacional: 21069071000					
7.20 Tipo: 4		7.21 Subpartida Naladisa / DV: 10					
7.22 TM 7.23 TPI 7.24 PN		7.25 Cod. Lib. 7.26 Paisde Origen: 150137					
7.27 Pais Adq/ dest: USA		7.28 Reg. Aplic.: DE 14					
7.29 Moneda Transacción código: DÓLAR		7.30 FOB US\$: DO 10 603 .17					
7.31 Flete US\$: 10 603 .17		7.32 Seguro US\$: 10 603 .17					
7.33 Ajuste de valor US\$: 10 603 .17		7.34 Valor Aduana US\$: 10 603 .17					
7.35 Descripción mercancías		1. INFUSION DE OREGANO Y JENGIBRE					
2 QUE CONTENGAN COMO INGREDIENTE PRINCIPAL UNO O MAS EXTRACTOS VEGETALES, PARTES DE PLANTAS		3. PARA CONSUMO HUMANO					
4		5					
7.36 N° Factura Comercial: 001- 0001		Fecha: 18/ 01/ 2014		N°		Fecha	
7.37 Información Complementaria		7.38 Observaciones					
7.39 Tipo de Observaciones							
8 DECLARANTE		8.1 Nombre o razón social: ADUAEXPRESS S.A.C.					
8.2 Fecha: 13/03/2019		9 9 9 C O N T E N E D O R E S / P R E C I N T O S					
Firma y Sello		Firma y Sello					
10 OBLIGACIONES ADUANERAS		10.1 Cod. Especialis.					
10.2 Fecha Vencimiento		10.3 Plazo Autorizado					
10.4 Fecha		Firma y Sello					
11 CONTROL OFICIAL DE ADUANAS		# REGULARIZACIÓN/ CONTROL DE EMBARQUE/ TORNAGUÍA					
11.1 Código		12.1 Código					
11.2 Fecha		12.2 Fecha					
Firma y Sello		Firma y Sello					
13 DEPOSITO ADUANERO ZONAFRANCA		13.1 Fecha Término de recepción: 12/03/2019					
13.2 cantidad y clase de bultos		14.1 Fecha Término de Recepción					
13.3 Peso Bruto en Kilos		Firma y Sello					
Firma y Sello		Firma y Sello					
15 VALIDACION DE DATOS		15.1 Clave de validación					


Talma
SERVICIOS AEROPORTUARIOS

ADUAEXPRESS SAC
AGENTES AFIANZADOS DE ADUANAS

Talma
SERVICIOS AEROPORTUARIOS

Lufthansa

DECLARACION UNICA DE ADUANAS (A)

ADUANA:		CODIGO		2		REGISTRO DE ADUANA	
AEREA CALLAO		235					
N°ORDEN:		Destinación:		Tipo de despacho:		N°De orden de embarque:	
2014 / 000385		41		0-0		2014 - 095355	
1 IDENTIFICACIÓN		1.1 Importador/Exportador:				N°Declaración:	
		ECKERUVIAN S.S.A.C.				235-2019-40-095355-01-4-00	
						Fecha Numeración: 12 / 03 / 2019	
						CANAL ROJO	
1.2 Cod y Doc de identificación		1.3 Dirección de Importador/Exportador		1.4 Ubi. Geo.			
4 20555056673		CALLE MAMARUNTER 273 UR B. SAN MIGUELITO - SAN MIGUEL - LIMA - LIMA		150137			
3 TRANSPORTE		3.1 Empresa de Transporte		Codigo		3.2 N°Manifiesto	
		LUFTHANSA CARGO		2550		235 - 2014 - 20736	
						3.3 Via Transporte Codigo	
						AEREA 4	
3.4 Fec. t. emb. Desc/ Emb 3.5		Empresa de Transporte e (t. transit o, reembarque)		Codigo 3.6		Unidad de Transporte e (t. transit o, reembarque)	
31/ 01/ 2014						3.7 Aduana de Destino/ salida Codigo	
4 ALMACEN		4.1 Terminal de almacenamiento		Codigo 4.2		Deposito o Aduanero Autorizado	
		TALAMENZIES S.R.L.		3507			
5 TRANSACCIÓN		5.1 Entidad Financiera		Codigo		5.2 Modalidad	
		BBVA BANCO CONTINENTAL		002		OTRAS FORMAS	
6 VALOR DE ADUANA		FOB Valor Clausula Venta		6.2 Flete/ Comisión Exterior		6.3 Seguros/ Otros gastos	
10 603 .17						6.4 Total Ajustes	
						6.5 Valor aduana/ Valor Neto de Entrega	
						10 603 .17	
7 DECLARACION DE MERCANCIAS		7.1 N°serie/ total		7.2 Items Ejemplar "B"		7.3 Numero de Declaración por código	
		0001/ 0001				7.4 N°certificado reposición	
						It em 7.5 Cod. Apl. Ult r .	
7.6 Pro. Embarque		Codigo		7.7 Fecha Embarque		7.8 Doc. Transporte	
CALLAO		PECELL		13 / 03 / 2019		000020505258	
						36	
7.9 Cert. Origen		Fecha		7.10 Cant. Unid. Comercial		7.11 Infor. Verificación/ Cod. Exoner.	
				10 603 .17			
7.12 cantidad de Bultos		7.13 clase		7.14 Peso Neto o Kilos		7.15 Peso Bruto o Kilos	
166		CAJ		239 .04		314 .04	
						239 .04	
						KG	
7.19 Subpartida Nacional		DV		7.20 Tipo		7.21 Subpartida Naladisa /	
2106 .90 .7100		4		10		DV	
						7.22 TM 7.23 TPI 7.24 PN	
						7.25 Cod. Lib. 7.26 Pais de Origen	
						150137	
						7.27 Pais Adq/ dest 7.28 Reg. Aplic.	
						USA DE 14	
7.29 Moneda Transacción		Codigo		7.30 FOB US\$		7.31 Flete US\$	
DÓLAR		DO		10 603 .17		7.32 Seguro US\$	
						Tipo seg. 7.33 Ajuste de valor US\$	
						7.34 Valor Aduana US\$	
						10 603 .17	
7.35		1. INFUSION DE OREGANO Y JENGIBRE					
Descripción		2 QUE CONTENGAN COMO INGREDIENTE PRINCIPAL UNO O MAS EXTRACTOS VEGETALES, PARTES DE PLANTAS					
mercancías		3. PARA CONSUMO HUMANO					
7.36 N°Factura Comercial		Fecha		N°		Fecha	
001- 0001		12/ 03 / 2019					
7.37 Información Complementaria		7.38 Observaciones					
		7.39 Tipo de Observaciones					
8 DECLARANTE		8.1 Nombre o razón social		Codigo		9 N° C O N T E N E D O R E S / P R E C I N T O S	
		ADUAEXPRESS S.A.C.		5839			
8.2 Fecha		12/ 03 / 2019					
							
		Firma y Sello					
10 DILIGENCIA ADUANERA		10.1 Cod. Especiales.					
10.2 Fecha Vencimiento							
10.3 Plazo Autorizado							
10.4 Fecha							
11 CONTROL OFICIAL DE ADUANAS		Firma y Sello					
11.1 Codigo		# REGULARIZACION/ CONTROL DE EMBARQUE/ TORNAGUIA					
11.2 Fecha		12.1 Codigo					
		12.2 Fecha					
		Firma y Sello					
13 DEPOSITO ADUANERO ZONAFRANCA		13.1 Fecha Terminode recepción					
13.2 cantidad y clase de bultos		# TRANSPORTISTA					
13.3 Peso Bruto en Kilos		14.1 Fecha Terminode Recepcion					
		Firma y Sello					
15 VALIDACION DE DATOS		15.1 Clave de validación					
		Firma y Sello					

United States - Peru Trade Promotion Agreement CERTIFICATE OF ORIGIN (Instructions on reverse, according to US-Peru TPA Implementation instructions)		Acuerdo de Promoción Comercial Perú - Estados Unidos CERTIFICADO DE ORIGEN (Instrucciones al reverso, según instrucciones para la implementación del APC Perú- EE.UU)	
1. Importer's legal name, address, telephone and e-mail: Razón social, dirección, teléfono y correo electrónico del importador		2. Exporter's legal name, address, telephone and e-mail: Razón social, dirección, teléfono y correo electrónico del exportador:	
3. Producer's legal name, address, telephone and e-mail: Razón social, dirección, teléfono y correo electrónico del productor:		4. Blanket Period: / Período que cubre: From: / Desde: To: / Hasta:	
5. Description of good: / Descripción de la Mercancía:			
6. Tariff Classification: / Clasificación Arancelaria:			
7. Preference Criterion: / Criterio preferencial:			
8. Invoice Number: / Número de la Factura			
9. Country of Origin: / País de Origen			
I certify that: - The Information on this document is true and accurate and I assume the responsibility for proving such representations. I understand that I am liable for any false statements or material omissions made on or in connection with this document; - I agree to maintain, and present upon request, documentation necessary to support this certification, and to inform, in writing, all persons to whom the Certificate was given of any changes that could affect the accuracy or validity of this certification; - The goods originated in the territory of one or more of the Parties, and comply with the origin requirements specified for those goods in the United States-Peru Trade Promotion Agreement. There has been no further production or any other operation outside the territories of the parties, other than unloading, reloading, or any other operations necessary to preserve the good, and goods have remained under customs control; - This certification consists of _____ pages, including all attachments.		Yo certifico que: - La información contenida en este documento es verdadera y exacta y me hago responsable de comprobar lo aquí declarado. Estoy consciente que soy responsable por cualquier declaración falsa u omisión hecha en o con relación al presente documento; - Me comprometo a conservar y presentar, en caso de ser requerido, los documentos necesarios que respalden el contenido de la presente certificación, así como a notificar por escrito a todas las personas a quienes entregue el presente certificado, de cualquier cambio que pudiera afectar la exactitud o validez del mismo; - Las mercancías son originarias del territorio de una o ambas Partes y cumplen con todos los requisitos de origen que les son aplicables conforme al Acuerdo de Promoción Comercial Perú-Estados Unidos. No ha habido otro procesamiento ulterior o ninguna otra operación fuera de los territorios de las Partes, con excepción de la descarga, recarga o cualquier otra operación necesaria para mantener la mercancía en buenas condiciones, y las mercancías han permanecido bajo control aduanero; - Esta certificación se compone de _____ hojas, incluyendo todos sus anexos.	
Authorized Signature: / Firma autorizada:		Enterprise: / Empresa:	
Name: / Nombre:		Title: / Cargo:	
Date: / Fecha:	Telephone: / Teléfono:	Fax: / Fax:	



San Miguel, 14 de Noviembre de 2018

URGENTE

PROFORMA / 2018 - 000720

Señor(es):
KEYLA BENDEZÚ
Presente.-

De nuestra consideración:
Nos permitimos cotizarle según datos siguientes:

F.O.B. : **US\$** **10,603.47**

CONTENIDO : **CAJAS DE INFUSIONES**

GASTOS DEL DESPACHO:

FLETE AÉREO INT.	: US\$	1296.00
HANDLING	: US\$	50.00
AWB FEE	: US\$	40.00
COMISIÓN	: US\$	120.00
GASTOS OPERATIVOS	: US\$	20.00
DOCUMENTACION	: US\$	20.00
TRANSPORTE	: US\$	50.00
I.G.V. (18%)	: US\$	54.00
TOTAL	: US\$	1,650.00

NOTA.- Los gastos serán sustentados con las facturas correspondientes.

Favor de depositar en Cta. Cte **Bco. CREDITO US\$** : **191-2210202-1-82**

Favor de depositar en Cta. Cte **Bco. CREDITO S/.** : **191-2122280-0-71**

Atentamente,

Carlos Huang
Asesor de Operaciones



PRODUCTO: CAPITAL DE TRABAJO / ACTIVO FIJO
FECHA DE ACTUALIZACIÓN: 02.11.2018
BANCA: MICROEMPRESA

CONCEPTO	TARIFAS				MODALIDAD/OPORT. DE COBRO	OBSERVACIONES	
	EN MN		EN M.E.				
	Tasa S/ Máx	Tasa S/ Min	Tasa \$ Máx	Tasa \$ Min			
TASAS (1)							
Interés Compensatorio							
Préstamo en Cuotas para Capital de Trabajo y Activo Fijo - Zona Lima (a)	100%	14.45%	75.00%	60.00%	Según el tipo de cronograma pactado	En función del plazo, monto, garantía, ventas declaradas, moneda. Monto mínimo en soles a financiar de S/ 500 tanto para Capital de Trabajo y Activo Fijo. Monto mínimo en dólares a financiar de \$ 200 para Capital de Trabajo y de \$500 para Activo Fijo.	
Préstamo en Cuotas para Capital de Trabajo y Activo Fijo - Zona Norte (b)	100%	14.45%	75.00%	60.00%			
Préstamo en Cuotas para Capital de Trabajo y Activo Fijo - Zona Sur (c)	100%	14.45%	75.00%	60.00%			
PENALIDADES (2)							
Penalidad por Incumplimiento de Pago (2) - en Soles	Cargo por cuota (S/) - Matriz días de atraso por Monto Desembolsado						
	S/500 a S/2,999.99	S/3,000 a S/4,999.99		S/5,000 a S/8,999.99	S/9,000 a S/14,999.99	S/15,000 a S/29,999.99	Desde S/30,000 a más
Días de atraso	Acumulado		Acumulado	Acumulado	Acumulado	Acumulado	Acumulado
1	0		1	3	4	6	15
2	2		3	5	5	8	40
3	3		4	6	6	8	40
4	4		6	7	7	20	60
5-9	7		8	9	12	25	60
10-14	10		15	18	25	45	95
15-29	15		20	27	33	60	110
30-44	50		50	130	130	130	130
45-59	55		55	150	150	150	160
60-75	80		80	180	180	180	220
76-90	80		80	190	190	180	240
Del 91 en adelante	20% del capital pagado + Acumulado						

CONCEPTO	TARIFAS				MODALIDAD/OPORT. DE COBRO	OBSERVACIONES	
	EN MN		EN M.E.				
	Tasa S/ Máx	Tasa S/ Min	Tasa \$ Máx	Tasa \$ Min			
	CARGO POR CUOTA (\$) - Matriz días de atraso por Monto Desembolsado						
Penalidad por Incumplimiento de Pago (2) - en Dólares	\$ 180 a \$ 1,079.99		\$ 1,080 a \$ 1,799.99	\$ 1,800 a \$ 3,239.99	\$ 3,240 a \$ 5,419.99	\$ 5,420 a \$ 10,844.99	Desde \$ 10,845 a más
Días de atraso	Acumulado		Acumulado	Acumulado	Acumulado	Acumulado	Acumulado
1	0		0	1	1	2	5
2	1		1	2	2	2	12
3	1		1	2	2	2	12
4	1		2	2	2	6	19
5-9	2		2	3	4	8	19
10-14	3		5	6	8	14	29
15-29	5		6	8	10	19	34
30-44	15		15	40	40	40	40
45-59	17		17	46	46	46	49
60-75	25		25	56	56	56	68
76-90	25		25	59	59	56	74
Del 91 en adelante	20% del capital pagado + Acumulado						
COMISIONES							
Servicios asociados al Crédito							
Modificación de Condiciones (3)	S/100.00		\$30.00		Cambio de fecha de día de pago, no mayor a 20 días de plazo original.		
Comisión por trámites administrativos derivados de la liquidación anticipada. (4)	S/100.00		\$30.00				
Envío físico de estado de Cuenta	S/10.00		\$4.00			Se cobra en caso de envío físico del estado de cuenta.	
Evaluación de póliza de seguro endosada (5)	S/200.00		\$66.00		Anual por el plazo de crédito	Para Pólizas de Seguro particulares	
Testigo a ruego							
Comisión por Gestión de legalización de Firmas (6)	S/4.00				Por firma	Créditos mayores a S/ 35,000 ó su equivalente en USD	

CONCEPTO	TARIFAS				MODALIDAD/OPORT. DE COBRO	OBSERVACIONES
	EN MN		EN M.E.			
	Tasa S/	min	Tasa US\$	min		
TASACIÓN Y RETASACIÓN						Según Tarifario de Valuaciones Vigente.
PRODUCTO MYPE						
Garantía Mobiliaria y Garantía Hipotecaria						
TASACIÓN						
PRODUCTO PYME						
Garantía Mobiliaria y Garantía Hipotecaria						
Servicios brindados a solicitud del cliente						
Constancias	S/30.00					Cada vez que el cliente solicite carta de presentación ante embajadas, carta de referencias u otros.
Duplicado de contrato u otro documento (por hoja)	S/3.00		\$1.00			Por hoja.
GASTOS						
Seguros						
Seguro de Desgravamen Microempresa Individual(7)	0.083%		0.083%		Mensual sobre el monto original del crédito.	
Seguro de Multiriesgo Microempresa Individual(7)	0.070%		0.070%		Mensual sobre el monto original del crédito.	
PRODUCTO MYPE						
Gastos Legales (8)						
Para clientes de Régimen General y Régimen Especial			\$50.00			
Para clientes de Régimen Único Simplificado (RUS)			\$50.00			
Gastos Notariales (9)						
Para todos los regímenes	S/250.00					
Gastos Registrales						Según Tarifario de Registros Públicos
PRODUCTO PYME						
Notariales (10)						
Para todos los regímenes	S/250.00					

CONCEPTO	TARIFAS				MODALIDAD/OPORT. DE COBRO	OBSERVACIONES
	EN MN		EN M.E.			
	Tasa S/	min	Tasa US\$	min		
Registrales						Según Tarifario de RRPP
Gastos por Levantamiento de Hipoteca						
PRODUCTO PYME						
Gastos Notariales (11)						
Para todos los regímenes	S/250.00					
Gastos Registrales						Según Tarifario de RRPP
PRODUCTO MYPE						
Gastos por tasación de Garantía Mobiliaria (12)			25.00 + IGV			
Gastos por tasación de Garantía Hipotecaria (13)			25.00 + IGV			
TASACIÓN						
PRODUCTO PYME						
Gastos por tasación de Garantía Mobiliaria (14)			25.00 + IGV			
Gastos por tasación de Garantía Hipotecaria (15)			25.00 + IGV			
Testigo a ruego						
Gasto firma legalizada (16)	S/6.00				Por firma	Créditos mayores a S/ 35,000 ó su equivalente en USD

NOTAS:

- (a) Las tasas de interés compensatorio aplican para los créditos evaluados y desembolsados en las plazas de Lima, Ica y Chincha.
 (b) Las tasas de interés compensatorio aplican para los créditos evaluados y desembolsados en las plazas de Cajamarca, Chepen, Chiclayo, Chimbote, Huaraz, Moshoque, Piura, Sullana, Trujillo, Tumbes, Chulucanas y el Porvenir Trujillo.
 (c) Las tasas de interés compensatorio aplican para los créditos evaluados y desembolsados en las plazas de Arequipa, Cusco, Huancayo, Juliaca, Puno y Tacna.

- (1) Las Tasas de interés están expresadas en términos anuales sobre una base de cálculo de 360 días. Las tasas de interés se encuentran sujetas a la evaluación crediticia del cliente, y durante el periodo de vigencia del contrato de crédito podrán ser variadas por el Banco, entre otros factores por la fluctuación de los costos financieros del mercado, comportamiento crediticio del cliente; dichas variaciones serán informadas al cliente con una anticipación no menor de (45) días, conforme a la legislación aplicable; La Tasa de Costo Efectivo Anual (TCEA), expresa en una sola tasa el total de costos del crédito, es decir engloba en un porcentaje, tanto la tasa de interés compensatoria Efectiva Anual, como las comisiones y gastos incluidos en el crédito.
- (2) La penalidad por incumplimiento de pago se aplicará por las acciones y costos que el Banco incurra en la recuperación de la deuda a partir del día 1 de vencida la cuota.
- (3) Representa los Costos en que se incurre por generación de nuevo cronograma por cambio de fecha de pago.
- (4) Representa los Costos en que se incurre por la Liquidación anticipada.
- (5) Pago anual por el plazo del crédito para pólizas de Seguro particulares.
- (6) Comisión por Gestión de legalización de Firmas de testigos a Ruego para créditos mayores a S/ 35,000 o su equivalente en USD.
- (7) Tasa mensual, se calcula sobre el monto del capital desembolsado al inicio del crédito y forma parte del monto total de la cuota.
- (8) Gastos legales inherentes a la formalización de la Garantía aplicable a los productos Mype.
- (9) Gastos notariales inherentes a la formalización de la Garantía aplicable a los productos Mype.
- (10) Gastos notariales inherentes a la formalización de la Garantía aplicable a los productos Pyme.
- (11) Gastos notariales inherentes al levantamiento de Hipoteca aplicable a los productos Pyme.
- (12) Gastos por tasación de Garantía Mobiliaria para Productos Mype.
- (13) Gastos por tasación de Garantía Hipotecaria para Productos Mype (Gastos se atribuye al Estado de Título, en el caso de persona jurídica se atribuye adicionalmente a la evaluación de Poderes)
- (14) Gastos por tasación de Garantía Mobiliaria para Productos Pyme.
- (15) Gastos por tasación de Garantía Hipotecaria para Productos Pyme.
- (16) Gastos por legalización de Firmas de testigos a Ruego para créditos mayores a S/ 35,000 o su equivalente en USD.

La empresa tiene la obligación de difundir esta información de acuerdo con la Ley Complementaria a la Ley de Protección al Consumidor en Materia de Servicios Financieros y el Reglamento de Gestión de Conducta de Mercado del Sistema Financiero.

Tasas / Tasas Activas en Soles
CREDITO NEGOCIOS Y PEQUEÑA EMPRESA

Directiva N°:AP-201-13 | 21/08/2018

Categoría	TEA	OBSERVACIONES
1 CREDITO NEGOCIOS Y PEQUEÑA EMPRESA		
1.1 Leasing Pequeña Empresa	14%	
Tasa mínima		
Tasa máxima	60%	
1.2 Crédito Pequeña Empresa		
1.2.1 Capital de Trabajo		
1.2.1.1 Tarjeta Crédito Negocios	25%	
Tasa mínima		
Tasa máxima	60%	
1.2.1.2 Tarjeta Crédito Negocios - Garantía Líquida	12%	
Tipo de Garantía: Depósitos a Plazo y CBME		
Tipo de Garantía: Fondos Mutuos	14%	
1.2.1.3 Tarjeta Solución Negocios	25%	
Tasa mínima		
Tasa máxima	60%	
1.2.1.4 Tarjeta Solución Negocios - Garantía Líquida	12%	
Tipo de Garantía: Depósitos a Plazo y CBME		
Tipo de Garantía: Fondos Mutuos	14%	
1.2.1.5 Crédito Negocios	25%	
Tasa mínima		
Tasa máxima	60%	


**PRÉSTAMOS PARA CAPITAL DE
TRABAJO - CRÉDITO EMPRESARIAL**

Contiene cambios vigentes desde: 28.09.2015

Última actualización: 15.06.2018

Concepto	Tarifas		Forma de Aplicación	Observaciones
	M. N. (S/.)	M. E. (US\$)		
Tasas (*)				
Tasa Efectiva Anual (T.E.A.) Capital de Trabajo Empresarial - Préstamo en Cuotas	25.00%	20.00%	En cada operación	A cargo del Deudor
Interés Compensatorio por cuota vencida	TEA x 1.50 Mín: 22.00% Máx: 47.00%	TEA x 1.50 Mín: 20.00% Máx: 35.00%	Desde el vencimiento hasta su cancelación	A cargo del deudor (Todos los Segmentos)
Interés Moratorio	15.25%	12.00%	En la cancelación.	A cargo del Deudor
Comisiones				
Portes				
Personas y Negocios	S/10.00	US\$ 2.94 (S/. 9.70)	Por cada envío de información	A cargo del Deudor
Empresas	S/10.00	US\$ 3.50 (S/. 11.55)		
Gastos Administrativos y Teleprocesos				
	0.75% Min S/. 50.00 Max S/. 250.00	0.75% Min US\$ 17.50 (S/.57.75) Máx US\$ 90.00 (S/.297.00)	Al desembolso	A cargo del Deudor, aplicable al monto del Pagaré.
Renovación				
Personas y Negocios	S/. 45.00	US\$ 11.76 (S/. 38.81)	En la renovación	A cargo del Deudor.
Empresas	S/. 45.00	US\$ 16.00 (S/. 52.80)		

❖ Entrevista a profundidad

Entrevista al Dr. Carlos Rafael Ponce de León Pandolfi:

El pasado lunes 6 de agosto del 2018, el especialista en medicina alternativa, estudio en la Universidad San Martín de Porres (2000-2005) actualmente es dueño y trabajador independiente labora en el distrito del Chorrillos, nos brindó información acerca del orégano y sus componentes esenciales para la elaboración de la infusión e incluso para la distribución, los beneficios del orégano en relación a los cólicos menstruales y sus principios activos, además de una explicación detallada de la diferencia entre el orégano y jengibre.

1. ¿Cuál es la principal diferencia entre el orégano y el jengibre?

Casi no existiría diferencia debido a que pertenecen a la familia de las plantas medicinales, la diferencia que podemos destacar es que por un lado el orégano ataca el dolor en el útero donde se origina, mientras por otro lado el jengibre ayuda a prevenir las náuseas, mareos y en casos de sufrir dolor extremo que medicamente es llamada dismenorrea, la fusión de los dos sería una excelente alternativa natural.

2. ¿Qué propiedades contiene el orégano que ayuda a los cólicos menstruales?

Contiene tres características que la diferencia de otros métodos en cuanto al alivio de los cólicos menstruales; primero, es antiinflamatoria ayuda a la disminución del dolor y sangrado excesivo; antiespasmódica ayuda a la contractura muscular del útero y los músculos alrededor del útero y por último está demostrado que el consumo excesivo es decir diariamente varias veces al día, mensual o anual no genera ningún tipo de contraindicación.

3. ¿Cuánto es la cantidad propicia de orégano y jengibre para una infusión?

Una dama sana que se encuentre en su periodo menstrual utilizaría una o dos bolsas filtrantes que contenga cada una 1 gramo de orégano y 1 gramo de jengibre, esto es, 1 pisca de del dedo pulgar; pero como ya se mencionó no hay límite en cuanto al consumo.

Conclusiones de la Entrevista:

Primero, contiene propiedades que la diferencian de otros métodos para aliviar los malestares en general de los cólicos menstruales existen gran cantidad de beneficios entre los más representativos están tres y son; antiespasmódico, antiinflamatorio y no contiene contraindicaciones por el lado del orégano, mientras por el lado del jengibre ayuda a evitar náuseas, mareos, vómitos, y el dolor extremo que se conoce como la dismenorrea. Segundo, nos indicó que la fusión del orégano y jengibre sería una excelente alternativa natural.

Tercero, es un tratamiento ya que el constante uso puede liberar a las mujeres de todos los malestares del periodo menstrual y además regular su periodo menstrual, es decir, las fechas en las que debería llegar lo harán.

Cuarto, cada bolsita filtrante debe tener 1 gramo de orégano o una pizca de dedo pulgar para mayor eficacia.

❖ Entrevista a profundidad

Entrevista al Dr. Obstetra Vladimir Castañeda:

El pasado 03 de setiembre del 2018, el Dr. Obstetra Vladimir Castañeda trabajador de la clínica Epicentro ubicada en el distrito del Barranco, nos brindó información acerca de los cólicos menstruales que padecen las mujeres, las formas de contrarrestarlos dentro de la medicina convencional y alternativa, beneficios de la medicina alternativa a la salud y sus principios activos.

1. *¿Por qué se dan los cólicos menstruales?*

Por lo general, no son algo malo son una señal de que tu cuerpo está comenzando otro ciclo menstrual saludable; sin embargo, es útil entender de forma precisa qué está sucediendo en tu cuerpo.

2. *¿Que provoca los cólicos menstruales?*

La prostaglandina que es una sustancia que genera el útero y causa que el útero se contraiga, esta sensación de cólicos es porque tu útero se contrae, al inicio de tu período y los niveles de prostaglandina son elevados, y a medida que empiezas a menstruar, estos niveles bajan.

3. *¿Dónde se localizan estos cólicos?*

El dolor netamente de los cólicos menstruales es básicamente en el útero, no en otra parte, parte del órgano genital interno de la mujer es el útero y es ahí donde se generan estos dolores.

4. *¿A qué edad son más intensos los dolores menstruales?*

Los cólicos menstruales no tienen netamente relación a una edad específica, pero los reportes más frecuentes de dolor e intensidad son en la primera etapa de la edad reproductiva que con mayor frecuencia vendría a ser entre los 15 a 35 años aproximadamente.

5. *¿Existen algunos cuidados que se puedan dar para contrarrestar los cólicos?*

- Hacer masajes circulares suaves con las puntas de los dedos alrededor del abdomen bajo.
- Beber líquidos calientes.
- Caminar o hacer ejercicios con regularidad.

6. *¿Qué opina usted de la medicina natural?*

La medicina natural es realmente importante porque es una alternativa, y yo al menos dentro de ello incluyo en muchos tratamientos a la medicina alternativa porque justamente ayuda, complementan un tratamiento convencional.

7. *¿Podría usted asegurar que la medicina natural es igual de efectiva que la convencional?*

La medicina convencional son compuestos químicos y no sabemos cómo reaccionan estos medicamentos en nuestro organismo y la verdad es que la mayoría de estas medicinas no nos curan, tan solo nos alivian el dolor, y nos crean dependencia de ellas. La medicina alternativa por su parte busca encontrar la cura en la naturaleza y está lejos de productos químicos y grandes empresas farmacéuticas. No es mejor que la medicina convencional, quiero decir, no nos cura, solo nos alivia, como la medicina convencional. Pero el cambio está en cómo lo hace, las soluciones naturales son mucho más saludables que los fármacos que nos proporciona la medicina convencional, haciendo el mismo efecto o puede que mejor.

8. *¿Usted podría recomendar algún tipo de infusión para contrarrestar este tipo de dolores?*

En este caso, algún tipo de infusión puede ser a base de orégano y jengibre, ya que el orégano es una alternativa que incluso han sido utilizados desde tiempos remotos, a su vez también existen otros tipos de plantas como el jengibre que es uno de los más eficaces ya que alivia las náuseas, ayuda con el dolor de estómago y vientre, con la combinación de dichas plantas medicinales se obtendría una infusión muy efectiva.

Conclusiones de la Entrevista:

Al finalizar la entrevista se intercambió ideas con los integrantes del grupo y llegamos a la siguiente conclusión, esta entrevista nos ayudó a profundizar nuestro trabajo de investigación, ya que logramos conocer sobre la efectividad de la medicina alternativa frente a la convencional. A si mismo nos ayudó a realizar nuestra segmentación que será dirigido a mujeres de 14 a 35 años y conocer a profundidad los motivos y causas por las que se dan los cólicos menstruales y que el orégano y el jengibre son los productos naturales más utilizados para contrarrestar los cólicos menstruales dentro de la medicina alternativa.

❖ Entrevista a profundidad

Entrevista a una ex residente de los Ángeles, California Yesenia Huincho Purizaca

El pasado 19 de octubre del 2018, la señorita Yesenia Huincho quien vivió en la ciudad de los Ángeles, California-USA, nos brindó información acerca del estilo de vida de las mujeres en dicha ciudad, cuáles son sus hábitos de compra y algunas de sus preferencias en relación a la compra de infusiones y productos para el alivio de los cólicos menstruales.

1) ¿Cómo describirías a Los Ángeles, California como estado?

Bueno, Los Ángeles, California es una ciudad súper importante para Estados Unidos, ya que ahí se encuentra su centro financiero, es por ello que es una ciudad muy activa laboralmente, además que es la ciudad de la moda y a muchas mujeres les gusta por las prendas nuevas e innovadoras que encuentran allí, que siempre marcan tendencia en el mundo.

- 2) ¿Qué características importantes resaltarías de las mujeres de Los Ángeles, California?

Las características más resaltantes de las mujeres de Los Ángeles, California, son que las mujeres son muy femeninas y les gusta estar siempre a la moda, tener todo lo nuevo que se lanza al mercado.

- 3) En cuanto al ciclo menstrual, ¿qué productos usan para contrarrestar los síntomas de los cólicos menstruales?

En Estados Unidos normalmente las chicas toman la pastilla Menstrual Complete que se encuentra principalmente en farmacias. Además, otras alternativas para aliviar estos malestares son tomar duchas calientes o ahora que está de moda beber infusiones a cualquier hora del día, las cuales se encuentran en toda tienda al paso y también en supermercados, hipermercados, etc.

- 4) ¿Dónde obtienen estos productos, necesitan alguna prescripción o receta médica?

Esta pastilla la puedes encontrar en todas las farmacias de la ciudad y no se necesita de prescripción médica para poder comprarla.

- 5) ¿Cuál es la pastilla más solicitada por ellas?

Bueno como te comenté la pastilla más solicitada por la gran mayoría de chicas es la Menstrual Complete, ya que por la misma publicidad que le hacen es la más conocida.

6) ¿Qué precio tiene esa pastilla en el mercado?

El precio que tiene esa pastilla es aproximadamente de 4 a 5 dólares cada una. Pero usualmente se toma entre 1 a 2 pastillas por dosis para que sea efectiva, de igual forma, si los dolores son fuertes se sugiere tomar hasta 3 dosis por día.

7) ¿Las mujeres de Los Ángeles, California son de consumir productos naturales?

Bueno ahora último, sí están consumiendo todo lo que son productos naturales ya que se están preocupando más en cuidarse, además que aseguran que les da energía.

8) ¿El acceso a los servicios de salud es aceptable o muy caro?

Bueno en Estados Unidos ir a una clínica es muy costoso es por eso que normalmente uno trata de buscar pastilla que puedan aliviar el dolor al momento pero debemos tener en cuenta que tiene sus contraindicaciones.

- 9) ¿En tu entorno, conoces de muchas mujeres que sufren de cólicos menstruales o es poco recurrente que en el periodo menstrual aparezcan los cólicos?

Bueno en la mayoría de mujeres que conocí en ese país sufren de bastantes cólicos ya que siempre se quejaban en el trabajo.

Conclusiones de la Entrevista:

Al finalizar la entrevista se intercambiaron ideas con los integrantes del grupo y llegamos a la siguiente conclusión, esta entrevista nos ayudó a profundizar nuestro trabajo de investigación, ya que logramos conocer sobre el estilo de vida de las mujeres en Los Ángeles, California, identificar el producto más comprado por las mujeres para contrarrestar los malestares del periodo menstrual. Así mismo, nos ayudó a reafirmar nuestra imagen del producto (diseño) con el que llegará al país y poder establecer un precio sugerente para nuestro producto.